



Dyrevelfærdsmærker sammenligning af erfaringer fra seks EU-lande

Christensen, Tove; Denver, Sigrid; Hansen, Henning Otte; Lassen, Jesper; Sandøe, Peter

Publication date:
2014

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Christensen, T., Denver, S., Hansen, H. O., Lassen, J., & Sandøe, P., (2014). *Dyrevelfærdsmærker: sammenligning af erfaringer fra seks EU-lande*, 76 s., okt. 01, 2014. IFRO Udredning Nr. 2014/10

IFRO Udredning



Dyrevelfærdsmærker:
sammenligning af erfaringer
fra seks EU-lande

*Tove Christensen
Sigrid Denver
Henning Otte Hansen
Jesper Lassen
Peter Sandøe*

IFRO Udredning 2014 / 10

Dyrevelfærdsmærker: sammenligning af erfaringer fra seks EU-lande

Forfattere: Tove Christensen, Sigrid Denver, Henning Otte Hansen, Jesper Lassen, Peter Sandøe

Udarbejdet i henhold til aftalen mellem Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri om myndighedsberedskab.

Se flere myndighedsaftalte udredninger på
www.ifro.ku.dk/publikationer/ifro_serier/udredninger/

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi
Københavns Universitet
Rolighedsvej 25
1958 Frederiksberg
www.ifro.ku.dk

Indhold

Forord	4
Sammendrag og anbefalinger	5
Sammendrag: nationale og industriens egne dyrevelfærdsmærker.....	7
Anbefalinger	10
Summary and Recommendations	12
Summary: national and industry animal welfare labels	14
Summary: supermarkets	17
Recommendations.....	18
Kapitel 1 Indledning.....	19
Baggrund	19
Rapportens formål og opbygning	20
Generelt om mærkningsordninger	20
Kapitel 2 Metode	22
Litteraturstudie.....	22
Dataindsamling generelt	22
Dataindsamling udland.....	22
Dataindsamling Danmark	23
Afgrænsninger	23
Liste over informanter	24
Kapitel 3 Danmark	26
Dyrevelfærdsmærker	26
Supermarkedernes egne mærker.....	31
Kapitel 4 Tyskland.....	33
Sammendrag Tyskland.....	33
Dyrevelfærdsmærker	36
Supermarkedernes egne mærker.....	45
Kapitel 5 Holland	47
Sammendrag Holland	47
Dyrevelfærdsmærker	50
Supermarkedernes egne mærker.....	59
Kapitel 6 Storbritannien	61
Sammendrag Storbritannien	61

Dyrevelfærdsmærker	64
Supermarkedernes egne mærker.....	69
Kapitel 7 Østrig	73
Dyrevelfærdsmærker	73
Supermarkeder	74
Kapitel 8 Finland	75
Bilag: introduktionsmail til udenlandske kontakter	76

Forord

I nærværende rapport fremlægger vi resultaterne af arbejdet med en opgave for Fødevareministeriet. Formålet med opgaven har været at kortlægge udvalget af dyrevelfærdsmærkninger i EU med primært fokus på en række lande, som er sammenlignelige med Danmark (Tyskland, Storbritannien, Østrig, Holland, Finland). Der har været fokus på mærker, der inkluderer svin. Det er hensigten, at arbejdet skal give input til mulige initiativer på det danske marked.

Projektet er gennemført i perioden maj til oktober 2014 i henhold til samarbejdsaftalen mellem Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri og Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi (IFRO), Københavns Universitet.

Vi vil gerne rette en stor tak til alle vore kollegaer, danske såvel som udenlandske, som har bidraget med værdifulde oplysninger om markedsforholdene for svinekødsprodukter med ekstra dyrevelfærd i de involverede lande. En særlig tak til Poul Ottosen, Charlotte Vilstrup, Christina Rughede, Louise Juul, Aske Schou Nielsen og Lars Christian Engelsborg Hansen for at dele ud af deres viden om emnet.

december 2014

Institut for Fødevare- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet

Tove Christensen

Sigrid Denver

Henning Otte Hansen

Jesper Lassen

Peter Sandøe

Sammendrag og anbefalinger

I nærværende rapport ser vi nærmere på udbredelsen af dyrevelfærdsmærker i Danmark samt i en række andre EU-lande. Helt præcist, inddrages Storbritannien, Holland, Tyskland, Østrig og Finland i sammenligningen. Der er fokus på mærker for svinekød. Det er hensigten, at vurderingen af de udenlandske mærker skal indgå i arbejdet med mulige initiativer på det danske marked.

I rapporten deles mærkerne op i nationale dyrevelfærdsmærker og private mærker. De private mærker er yderligere delt op i industriens egne mærker, som er knyttet til produktions- eller forarbejdningsevireksamhedernes egen produktion, og supermarkedskæders mærker, hvor supermarkederne ejer mærkerne og indkøber produkter af leverandører, som kan være mere eller mindre fast knyttet til supermarkedskæden. Mærkerne sammenlignes ud fra en række parametre, såsom markedsandele, krav til dyrevelfærd, samt om mærkerne er rene dyrevelfærdsmærker, eller om dyrevelfærdskravene indgår i mere generelle kvalitetsmærker. Endvidere er der skelnet mellem, om mærkerne er certificeret af private institutioner eller af offentlige myndigheder.

Indsamlingen af data om erfaringer med dyrevelfærdsmærker fra andre lande har taget udgangspunkt i eksisterende forskningsnetværk i de pågældende lande. Denne tilgang resulterede i meget yderst relevant viden om eksisterende mærker. Derudover fik vi henvisninger til hjemmesider og specifikke publikationer samt en række nye kontakter, der var behjælpelige med mere specifik viden om mærkerne. Dataindsamlingen via forskernetværk har hovedsagelig været nyttig i relation til, hvilke mærker der er i spil, samt de krav de stiller, og i et vist omfang også markedsudbredelse, mens kortlægning af store supermarkedskæders markedsandele hovedsageligt har været gennemført via google-søgninger.

I Tabel 1 er de væsentlige velfærdsmærker i de seks lande samlet. For hvert land er der en kolonne med dyrevelfærdsmærkerne (både nationale mærker og industriens private mærker) samt en kolonne med de største supermarkedskæder. For fuldstændighedens skyld er der også medtaget mærker, som i alt væsentligt kun tjener til at sikre overholdelse af eksisterende dyreværnslovgivning.

Tabel 1. Oversigt over væsentlige dyrevelfærds mærker for svinekød samt større supermarkeder i Danmark, Tyskland, Holland, Storbritannien, Østrig og Finland¹

Dyrevelfærds mærker ^{a)}	Supermarkeds kæder ^{b)}	Bemærkninger
Danmark		
DANISH (95 %) UK gris (ren eksport) Friland (3 %) Antonius/Den Go'e Gris/ Bornholmer (12 %) Økologi (2 %)	Dansk supermarked (35 %) COOP (34 %) Supergros (20 %) REMA1000 (8 %) Aldi+Lidl (5 %)	DANISH: producent program, sikrer lovgivning ift. dyrevelfærd, kun danske svin. Kun Friland og økologi er godkendt af Dyrenes Beskyttelse. Mellemprodukterne Antonius, Den Go'e Gris og Bornholmer produceres af Danish Crown og har stort set samme velfærdskrav, men forhandles i forskellige supermarkeds kæder. Eksport: 90 % af produktionen. Import: 20 % af forbruget.
Tyskland		
QS (95 %) Für Mehr Tierschutz (10 producenter) Vier Pfoten (ingen) Initiativen zum Tierwohl (ingen) Neuland (200 producenter) Økologimærker (<1 %)	Edeka (26 %) REWE (15 %) Lidl (15 %) Aldi (12 %) Metro (6 %)	QS: sikrer lovgivning ift. dyrevelfærd, tyske/danske/ hollandske svin. Dyrevelfærds mærker for svinekød inklusiv økologisk dækker ca. 1 % af produktionen. Neuland er det mest udbredte dyrevelfærds-mærke. Für Mehr Tierschutz og Vier Pfoten certificerer to niveauer af dyrevelfærd. I Vier Pfoten certificeres endnu ikke svinekød. Initiativen zum Tierwohl involverer størstedelen af detaillerede, forventes lanceret i 2015, mellemniveau af dyrevelfærd. Flere mindre økologiske mærker. Eksport: 50 % af produktion. Import også betydelig.
Holland		
IKB Varken (ca. 100 %) Beter Leven (36 %) Milieukeur (13 %) KDV (16 %) Good Farming Star (18 %) Good Farming Welfare (ren eksport) Økologi (2 %)	Albert Heijn (34 %) C1000+Jumbo (17 %) Aldi (8 %)	IKB sikrer lovgivning ift. dyrevelfærd, ligner Danish. Beter Leven er det mest udbredte dyrevelfærds mærke med tre niveauer. KDV og Milieukeur er bredere bæredygtighedsmærker. Albert Heijn forhandler kun svinekød, der er BL-certificeret i deres egne mærker. Eksport: 60 % af produktionen. Import: 22 % af forbruget.
Storbritannien		
Red Tractor (90 %) Freedom Food (30 %) Økologi (1 %)	Tesco (29 %) Asda (17 %) Sainsbury's (16 %) Morrison (11 %) Coop (6 %) Waitrose (5 %) Marks & Spencer (4%) Aldi+Lidl (8 %)	Red Tractor: lidt dyrevelfærd ud over lovgivning, kun britiske svin. Freedom Food har én indendørs og tre udendørs kategorier, knyttet til stærk dyrevelfærdsorganisation (RSPCA). Ca. 40 % af britiske søer er friland. Stærke supermarkeder, der brander sig på at sælge velfærds kød – især M&S og Waitrose. Eksport: 28 % af produktionen. Import: 61 % af forbruget.
Østrig		
AMA (??) Økologi (1,5 %)	REWE (31 %) SPAR (29 %) ALDI (20 %)	AMA sikrer lovgivning ift. dyrevelfærd. Reelt ingen alternativer til økologisk svinekød. Flere supermarkeder har egne mærker, men udbuddet af dyrevelfærds mærket, herunder økologisk, svinekød er yderst begrænset. Østrig er stort set selvforsynende med svinekød. Meget begrænset im- og eksport.
Finland		
Laatuvastuu (ca. 100 %) Økologi (0,4 %)		Laatuvastuu sikrer lovgivning ift. dyrevelfærd, kun finske svin. Reelt er der ingen alternativer til økologisk svinekød. Branchen og en dyrevelfærdsorganisation er interesseret i at indføre et mærke. Import/eksport?

¹ Noter: a) For dyrevelfærds mærkerne er udbredelsen typisk angivet i forhold til produktion til hjemmemarked eller antal producenter. Dog er udbredelsen angivet som andel af hele produktionen — ikke kun til hjemmemarkedet - for de mærker der hovedsageligt sikrer overholdelse af dyreværnsloven. Langt størsteparten af eksport er standardsvinekød, så for lande med stor eksport vil procentsatserne for velfærds kød variere meget, afhængigt af om det ses i forhold til samlet produktion eller produktion til hjemmemarkedet. b) For supermarkeds kæderne er udbredelsen så vidt muligt angivet som markedsandele af fødevarehandlen.

Sammendrag: nationale og industriens egne dyrevelfærdsmærker

I alle lande er der en produktion af økologiske svinekødsprodukter, der i omfang dækker mellem 0,4 og 2 % af produktion til hjemmemarkedet. Økologisk svinekøds andel af forbrug ligger i samme størrelsesorden, måske lidt lavere.

I Holland og Storbritannien er der herudover dyrevelfærdsmærker, som dækker væsentlige dele af markedet for svinekød: I Storbritannien er det mest udbredte nationale dyrevelfærdsmærke Freedom Food, idet 30 % af produktionen er Freedom Food-certificeret. Freedom Food omfatter 4 niveauer, hvoraf det første garanterer forbedrede indendørs forhold, mens de sidste tre bl.a. indeholder forskellige krav om udendørs produktionsforhold. I Holland er ca. 36 % af det solgte svinekød mærket med Beter Leven, som bliver brugt af en række private mærker. Disse mærker anvender både Beter Leven-mærket og deres eget mærke. Selvom Freedom Food og Beter Leven også certificerer frilands- og økologiske svin, har de størst udbredelse i mellemniveauerne af dyrevelfærd.

I Danmark er Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse det eneste nationale dyrevelfærdsmærke og certificerer et premium niveau af dyrevelfærd. Friland svinekød samt økologisk svinekød er begge Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse. Friland dækker ca. 3 % og økologisk svinekød ca. 2 % af svinekødsforbruget i Danmark.

I Tyskland er markedsandelen for svinekød med ekstra velfærd inklusiv økologisk på ca. 1 %. Der er 2 velfærdsmærker, der er ca. 2 år gamle, som endnu ikke har fået fodfæste. Det er henholdsvis Für mehr Tierschutz og Vier Pfoten. Herudover er der et helt nyt initiativ undervejs, hvor hele detailkæden er involveret (Initiativen zum Tierwohl, TWI), som synes at stille markedet lidt i venteposition.

I Finland og Østrig er der en række småinitiativer, men det eneste alternativ til standard svinekød er den økologiske variant.

Kendetegnende for Freedom Food i Storbritannien, Beter Leven i Holland samt Für mehr Tierschutz og Vier Pfoten i Tyskland er, at det er nationale dyrevelfærdsmærker, og at de certificerer flere niveauer af dyrevelfærd. De pågældende mærker er rene dyrevelfærdsmærker og certificerer både mellemniveauer af dyrevelfærd i form af forbedrede indendørs forhold samt mere nuancerede opdelinger i niveauer, der involverer udendørs adgang. Det synes at have været en succesfuld strategi i henholdsvis Holland (med Beter Leven mærket) og Storbritannien (med Freedom Food mærket) der har opnået relativt høje markedsandele for dyrevelfærds-certificeret svinekød.

Mens Beter Leven har en tydelig graduering af dyrevelfærd i form af de 3 mulige stjerner, er gradueringen i Freedom Food ikke helt så tydelig. Et produkt certificeres som et Freedom Food produkt og anmærkes herudover som enten outdoor bred, outdoor reared eller free-range eller uden yderligere anmærkninger for indendørs produktioner. Man skal således kende de bagvedliggende krav for at kunne vurdere outdoor bred overfor hhv. outdoor reared og free-range. Det er ikke undersøgt, i hvilken udstrækning disse forskellige tilgange til graduering af mærkningsordningerne har påvirket gennemslagskraften for promovning af mellemniveauer af dyrevelfærd.

Mere plads, strøelse og krav om mere fast gulv i dele af stierne synes at være gennemgående krav i mellemniveauerne. Der er dog også forskelle i mærkernes mellemniveauer. Eksempelvis er fravær af kastration et krav i Freedom Food samt i den første stjerne ved Beter Leven, mens Beter Leven med 2 og 3

stjerner, som er udendørs produktionssystemer, tillader kastration under bedøvelse. Ved Für Mehr Tierschutz er kastration tilladt under bedøvelse, og ved TWI er kastration tilladt men der gives points for at kastrere smågrise under bedøvelse (i kriteriekataloget står der "Kastration mit wirksamer Schmerzausschaltung" som direkte oversat betyder "virkelig smerteforhindring" hvilket her er oversat til "under bedøvelse"). Om det vil være vigtigt for danske forbrugere at sikre fravær af kastration, som i øjeblikket er tilladt i alle danske produktionssystemer, er ikke nærmere undersøgt. I Storbritannien udgør frilandssøer en særlig kategori (svarer nogenlunde til outdoor bred) som er udbredt til 40 % af produktionen. De britiske frilandssøer opstod som en billig produktionsform helt uafhængigt af dyrevelfærdshensyn. Det engelske klima er mere velegnet til friland end hhv. Danmark, Holland, Tyskland, Østrig og Finland. I Danmark anses frilandssøer for at være mere dyrevelfærdsvenlige, men vurderes af eksperter som mindre miljøvenlige.

Alle de undersøgte lande har et mærke, som dækker næsten hele den nationale produktion, og som bl.a. garanterer, at dyreværnslovgivningen overholdes.

Fælles for langt de fleste af de omtalte udenlandske initiativer er, at de er rent private, drevet enten af kommercielle aktører eller ngo'er. I Tyskland er billedet lidt mere mudret, idet der er et officielt statsligt økologimærke Bio-Siegel, men samtidig er der en række private økologimærker, som adskiller sig i en eller anden udstrækning fra det officielle mærke. Herudover kan nævnes, at SKAL, som certificerer det hollandske økologimærke, udpeges af det hollandske økonomiministerium. Det stærke danske statskontrollerede økologi-mærke synes i international sammenhæng derfor i en vis udstrækning at stå alene.

I tabel 2 er det forsøgt at samle de forskellige mærkers krav til hvornår søer er løse samt til halekupering og kastration, som er tre af de væsentligste emner, der blev taget op på Svinetopmødet i marts 2014.

Tabel 2. Oversigt over danske, tyske, hollandske og britiske mærkers krav til opstaldning af søer, kastration og halekupering

	Søer	Kirurgisk kastration	Halekupering
Danmark			
Lovgivning	Søer skal være løse i grupper fra 4 uger efter løbning til 1 uge før faring	Tilladt med smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Tilladt, dog ikke rutinemæssigt
UK-grise	Søer skal være løse i grupper fra fravænning til 1 uge før faring.	Som lovgivning	Som lovgivning
Bornholmer/Den Go'e gris/Antonius	Søer skal være løse i grupper fra fravænning til 1 uge før faring.	Ikke tilladt efter 7 dage	Forbudt, men dispensation mulig
Friland	Søer er altid løse	Ikke tilladt 7 dage	Forbudt, men dispensation mulig
Økologisk (EU regler)	Søer er altid løse	Som lovgivning	Forbudt, men dispensation mulig
Tyskland			
Lovgivning	Søer skal være løse i grupper fra 4 uger efter løbning til 1 uge før faring	Tilladt med smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Tilladt, dog ikke rutinemæssigt
Neuland	"Ligner økologisk"	Tilladt m. bedøvelse	Forbudt
Tierschutz einsteig	?	Tilladt m. bedøvelse	Forbudt, overgangsordning til 31/12 2015
Tierschutz premium	"Ligner økologisk"	Tilladt m. bedøvelse	Forbudt
Initiativen zum Tierwohl	Points for løsdrift i farestald/løsdrift efter 6 dage	Points for bedøvelse af smågrise/ingen kastration af slagtesvin	Points for at undlade halekupering (kræver faglig vejledning)
Holland			
Lovgivning	Søer skal være løse i grupper fra 4 dage efter løbning til 1 uge før faring.	Tilladt med smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Tilladt , dog ikke rutinemæssigt
Milieukeur	Som lovgivning	Forbudt	Points for at undlade halekupering
KDV	?	Forbudt	?
Beter Leven 1	Fiksering under faring og diegivning tilladt	Forbudt	Som lovgivning
Beter Leven 2	Fiksering tilladt maks. 5 dage efter faring	Som lovgivning	Forbudt
Beter Leven 3	Fiksering tilladt maks. 3 dage efter faring	Som lovgivning	Forbudt
Storbritannien			
Lovgivning	Søer skal være løse i grupper fra fravænning til 1 uge før faring	Tilladt (bedøvelse efter 7 dage)	Tilladt, dog ikke rutinemæssigt
Red Tractor	som lovgivning	Forbudt	Som lovgivning
Freedom Food	Søer er altid løse (siden 31/12 2013)	Forbudt	Forbudt, men dispensation mulig
Soil Association	Søer er altid løse	Forbudt	Forbudt

Note: Angivelse af "?" og "ligner økologisk" er udtryk for at vi ikke har indhentet præcise oplysninger.

I Holland udmærker den største supermarkeds kæde Albert Heijn sig ved siden 2011 kun at føre svineködsprodukter i egne serier, der alle er Beter Leven-certificeret.

I Tyskland er der som nævnt ikke tegn på en særlig stor interesse for svineköd produceret med ekstra hensyntagen til dyrevelfærd. Dog kan nævnes, at i hvert fald den største supermarkeds kæde i Tyskland, Edeka, i de større byer markedsfører svineköd Edeka Premios Fleisch, som er certificeret på mellemniveau af Tierschutz-mærket.

I Danmark har der heller ikke historisk været udvist en markant interesse blandt supermarkederne for svineköd med særlig fokus på dyrevelfærd, men der er initiativer undervejs, hvor supermarkeds kæderne samarbejder med industrien om udvikling af svineködsprodukter med mellemniveau af dyrevelfærd. I dag udgør supermarkeds kædernes egne mærker (Antonius, Den Go'e Gris og Bornholmergrisen) tilsammen ca. 12 % af svineköds markedet.

I hverken Østrig eller Finland er der identificeret reelle alternativer til økologisk mærket svineköd, hverken blandt rene dyrevelfærds mærker eller blandt supermarkederne egne mærker.

I supermarkederne egne serier markedsføres dyrevelfærd typisk sammen med bl.a. bedre smagskvalitet. Selvom der således er en række animalske specialprodukter på markedet i dag, hvor fokus primært er på dyrevelfærd, så går udviklingen dog i retning af, at en stigende del af sådanne specialprodukter har et bredere fokus på etisk ansvarlighed, som bl.a. ses i det voksende marked for økologiske produkter, hvor dyrevelfærd er én blandt flere kvaliteter².

Anbefalinger

Der er i dag danske markeder for svineköd produceret med stor fokus på dyrevelfærd i form af svineköd produceret under Frilands-mærket og det økologiske mærke. Disse markeder har dog begrænset volumen bl.a. på grund af den relativt høje ekstra pris.

I lyset af de udenlandske erfaringer kan der være grundlag for at forestille sig en styrkelse af markedsdrevet dyrevelfærd i form af øget udbud af produkter, der med baggrund i en moderat øget pris garanterer øget dyrevelfærd i svineproduktionen på en række punkter. Der er her flere mulige modeller.

Med baggrund i de gode erfaringer fra Holland og Storbritannien kan der være grundlag for at undersøge mulighederne for at styrke dyrevelfærden hos de svin, der afsættes til de danske forbrugere, ved hjælp af mærker, som certificerer mellemniveau af dyrevelfærd. Dette kan give mere gennemsigtighed og synlighed af dyrevelfærdsaspektet end den nuværende praksis med en række kvalitetsmærker (Antonius, Den Go'e Gris og Bornholmergrisen), som signalerer øget dyrevelfærd, men hvor de reelle initiativer til at forbedre velfærden synes begrænsede, og hvor velfærdsforbedringerne ikke er særligt tydeligt markeret. Dette kan eventuelt ske gennem en relancering af de nævnte mærker, som allerede har relativt godt fat i det danske marked.

² Det Dyreetiske Råd (2012). *Udtalelse om markedsdrevet dyrevelfærd*. Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. http://www.foedevarestyrelsen.dk/SiteCollectionDocuments/25_PDF_word_filer%20til%20download/Dyrevelf%C3%A6rdsr%C3%A5d/Det%20Dyreetiske%20R%C3%A5d/Udtalelse%20om%20markedsdrevet%20dyrevelf%C3%A6rd.pdf

Det nye tyske initiativ TWI, som forventes lanceret i 2015, samt det hollandske Milieukeur opererer med valgfrie dyrevelfærdsforbedringer i produktionen, der tilsammen skal opfylde et minimum af points i et pointsystem. En sådan ordning giver mere fleksibilitet for landmanden. Det er efter vores vidende ikke undersøgt, hvordan forbrugerne modtager en sådan form for dyrevelfærds mærkning, hvor man som forbruger ikke helt ved, hvad der er forbedret; man ved bare, at det kød, man køber, stammer fra en gris, der har haft det bedre end den gris, som opdrættes efter lovens mindstekrav. Kød med denne form for uspecificeret velfærdsforbedring ville eksempelvis kunne mærkes med "ekstra dyrevelfærd".

Der er et yderligere aspekt i TWI initiativet i Tyskland. De mærker ikke det enkelte stykke kød. Der er således heller ingen prisdifferentiering for forbrugerne mellem TWI-kød og standard svinekød, der opfylder lovgivningen. Forbrugerne ved blot, at noget af det svinekød, som supermarkedet sælger, er velfærds kød. Herved opnår forbrugerne ikke glæden ved, at netop det kød, de spiser, er velfærds kød. Forbrugerne ved bare, at de har handlet et sted, hvor noget af kødet er velfærds kød, og at de derigennem har støttet dyrevelfærd. Ideen er interessant, men det er uvist, om den er mere eller mindre effektiv end en almindelig mærkningsordning. Det bliver spændende at følge forbrugerreaktionerne i forhold til konceptet.

Endelig er TWI initiativet unikt, idet det er en ordning, hvor supermarkederne går sammen med forarbejdningsevirkomhederne og producenterne om at tage mere ansvar for at forbedre dyrevelfærden. Også det er nyt og spændende.

I de undersøgte lande er der generelt ikke fundet erfaringer med et egentligt statsligt dyrevelfærds mærke. De økologiske mærker er typisk private bortset fra det tyske Bio-Siegel, som dog har konkurrence fra en række private tyske økologimærker. Det stærke danske statskontrollerede økologi-mærke synes i international sammenhæng derfor i en vis udstrækning at stå alene.

Der er større erfaringer med private dyrevelfærds mærker end statslige. Selv ved private mærker, kan staten på forskellig måde dog tænkes at spille en rolle f.eks. med at motivere private aktører til at tage initiativer. Dette ville ligge meget på linje med initiativerne omkring det såkaldte Svinetopmøde, som Fødevareministeren stod for i marts 2014.

Summary and Recommendations

In the present report we examine the use of animal welfare labels in Denmark, Germany, The Netherlands, the United Kingdom, Austria and Finland. We focus on labels for pork. The results are intended to be used in the planning of labelling initiatives in Denmark.

We distinguish between national and private animal welfare labels. The private labels can be divided into the food industry's own labels, linked to the production or processing company's own production, and labels used by supermarket chains. In the latter case the supermarkets own the labels and issue contracts to a range of producers. We compare the animal welfare labels using a number of criteria, including market share, animal welfare standards, and whether the label relates solely to animal welfare or to broader quality features as well. In addition, we compare the labels in respect of their certification by private or public institutions.

Data collection on the experience of welfare labels in foreign countries was carried out using existing researcher networks in each of the countries. This approach delivered a great deal of highly relevant information. It also brought up references to relevant homepages and specific publications, as well as new contacts which assisted us with specific questions about individual labels. The researcher network was used mainly to gather information on the market shares of the various labels and the underlying animal welfare standards. Information concerning supermarket market shares and their interest in animal welfare labels was obtained mainly via Google searches.

In Table 1 the most prominent animal welfare labels in the six countries are listed. For each country, a column lists the animal welfare labels (national as well as private industry labels) and another column lists the largest supermarkets. For completeness, labels merely guaranteeing compliance with existing animal welfare regulations are also listed.

Table 1. Overview of the main animal welfare labels for pork and the larger supermarket chains in Denmark, Germany, The Netherlands, the UK, Austria and Finland

Animal welfare labels ^a	Supermarket chains ^b	Comments
Denmark		
DANISH (95 %) UK pig Friland (3 %) Organic (2 %) Antonius, Den go'e gris, Bornholmer (12 %)	Dansk super-marked (35 %) COOP (34 %) Supergros (20 %) REMA1000 (8 %) Aldi+Lidl (5 %)	DANISH, the producers' own program, secures compliance with legal minimum; it covers Danish pigs only. Only Friland and Organic comply with the animal welfare label Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse. Antonius, Den Go'e Gris and Bornholmer are all produced by Danish Crown and a very similar with regards to animal welfare but they are sold in different super markets. Exports: 90 % of production. Imports: 20 % of consumption.
Germany		
QS (95 %) Für Mehr Tierschutz (10 pig producers) Vier Pfoten (0 %) Initiativen zum Tierwohl (0 %) Neuland (200 pig producers) Organic (<1 %)	Edeka (26 %) REWE (15 %) Lidl (15 %) Aldi (12 %) Metro (6 %)	QS secures compliance with legal minimum; German, Danish and Dutch pigs can be certified. Very limited market shares for animal welfare labels for pork. Neuland is the largest brand. Für Mehr Tierschutz and Vier Pfoten certify two levels of animal welfare. Vier Pfoten does not yet certify pork. Initiativen zum Tierwohl intends to certify medium levels of animal welfare; it involves the majority of the supermarkets, and is expected to be launched in 2015. Several smaller private organic labels with a total of less than 1 % of the pork production. Exports: 50 % of production. Also major imports but no detailed information.
The Netherlands		
IKB Varken (approx. 100 %) Beter Leven (36 %) Milieukeur (13 %) KDV (16 %) Good Farming star (18 %) Good Farming Welfare (only export) Organic (2 %)	Albert Heijn (34 %) C1000+Jumbo (17 %) Aldi (8 %)	IKB secures compliance with legal minimum. Beter Leven, an animal welfare label with 3 levels, is the most widespread label. KDV and Milieukeur are broader sustainability labels. Good farming star holds 1 Beter Leven star while Milieukeur, KDV, Good Farming Welfare do not - they have similar but not completely overlapping criteria with Beter Leven. Albert Heijn's private labels exclusively consist of Beter Leven certified pork. Exports: 60 % of production. Imports: 22 % of consumption.
The UK		
Red Tractor (90 %) Freedom Food (30 %) Organic (1 %)	Tesco (29 %) Asda (17 %) Sainsbury's (16 %) Morrison (11 %) Coop (6 %) Waitrose (5 %) Marks & Spencer (3.8 %) Aldi+Lidl (8 %)	Red Tractor guarantees slightly better animal welfare than legal minimum and only includes British pigs. Freedom Food has one indoor and three outdoor categories, linked to a highly respected animal welfare organisation (RSPCA). Approx. 40 % of the British sows are free-range. Strong supermarket chains that brand themselves on animal welfare - in particular Waitrose and Marks & Spencer. Exports: 28 % of production. Imports: 61 % of consumption.
Austria		
AMA (?) Organic (1.5 %)	REWE (31 %) SPAR (29 %) ALDI (20 %)	AMA secures compliance with legal minimum. No real animal welfare alternatives to organic pork exist. Several supermarkets have their private labels, but the supply of pork under animal welfare labels - including organic pork - is very limited. Austria is almost 100 % self-sufficient in pork, with very limited imports and exports.
Finland		
Laatuvaastuu (ca. 100 %) Organic (0.4 %)		Laatuvaastuu, health certification; only Finnish pigs; secures compliance with legal minimum. No real welfare alternatives to organic pork. The industry and an animal welfare organisation are working to implement an animal welfare label. Imports/exports?

Source: Various chapters in the report.

^aNote that the percentages shown cannot be added. The market shares of animal welfare labels given are relative to production for domestic use or simply number of producers. An exception is made for labels that mainly guarantee compliance with existing regulations, as their market shares are relative to total production. Typically exports are dominated by standard products; hence

for countries with significant exports the proportion of welfare meat production relative to conventional production will depend greatly on whether the former is measured relative to production for domestic production or total production.

^bThe market shares for the supermarkets are related to shares of the total retail food sales in that country.

Summary: national and industry animal welfare labels

In all the countries investigated organic pork production is very limited and lies between 0.4-2 % of production to the domestic market. The market share of organic consumption is similar to the organic share of production to the domestic market or a little lower.

In the Netherlands and the UK, animal welfare labels cover a significant proportion of production. In the UK the most successful label is Freedom Food, run by the Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals, which certifies 30 % of the British pig production. In the Netherlands 36 % of pork sold is Beter Leven certified. Beter Leven is run by the Dutch Society for the Prevention of Cruelty to Animals. The label is typically used together with the industry's private label. Freedom Food and Beter Leven certify enhanced indoor production systems as well as several sorts of outdoor production system. With both schemes the levels with the least stringent welfare requirements are the most widespread.

In Denmark the Society for the Prevention of Cruelty to Animals owns the only national welfare label, Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse. The label certifies a premium level of welfare attainable for free-range pork from Friland and organic pork. Friland has a market share of about 3 %, and organic pork has a market share of about 2 %, of Danish pork consumption.

In Germany the market share for all types of welfare-labelled pork is small and constitutes only 1 % of pork consumption. Two animal welfare labels (Für mehr Tierwohl and Vier Pfoten) were implemented around two years ago. However, Vier Pfoten does not yet include pork. In addition, an initiative which is currently in the pipeline, but due to be launched in 2015 – Initiative zum Tierwohl (TWI) – will involve the entire food chain, from producers, through processors and on to retailers. The markets for animal welfare labelled products might be hampered while they are waiting for this initiative to be marketed.

In Finland and Austria a range of smaller alternative forms of production exist, but the only real alternative to conventional pork is organic pork.

It is also noteworthy that the British, Dutch and German animal welfare labels all certify several levels of animal welfare – not just the premium level as the Danish animal welfare label does. Thus these countries have animal welfare schemes that certify improved indoor conditions as well as several kinds of outdoor conditions. That seems to be a successful strategy in The Netherlands (Beter Leven) and the UK (Freedom Food) in that it has secured relatively large market shares. While Beter Leven has a clear ranking of animal welfare signalled by the three possible stars, Freedom Food has chosen a different approach in that a product is Freedom Food certified regardless of whether it satisfies the requirements for improved indoor conditions or the requirements for outdoor conditions. It has not been investigated to what extent one approach is better than the other with respect to improved market shares for medium levels of animal welfare.

More space indoors, straw and restrictions on slatted floors seem to be common to all certification schemes. However, there are differences, too. For example, a ban on castration is required in the Freedom

Food standard as well as at the first level of Beter Leven. But castration using anaesthesia is allowed at the second and third levels of Beter Leven, which require outdoor production. Castration is also allowed under the applicable standards of Zum Mehr Tierschutz. Under the TWI scheme points are obtained for castration of piglets when they use anaesthesia. However, Initiativen zum Tierwohl awards bonus points for uncastrated boars. In Denmark castration is allowed under all production methods, and it has not been investigated in detail how consumers would react to a ban on castration. In the UK about 40 % of sows are free-range. Free-range production in the UK started as an economic opportunity with no connection with animal welfare. In general the climatic conditions in the UK are more suitable for outdoor production than those in the other countries. In Denmark free-range pig production is considered good for the animals but experts judge the production method to be less good for the environment.

It is noteworthy that all countries have a label, owned by the industry, covering almost all pork production that guarantees compliance with the legal minimum.

Most of the welfare labels abroad investigated were found to be driven by non-state actors – either by commercial business or non-governmental organizations. In Germany the picture is less clear as they have Bio-Siegel which is an official organic label but at the same time there are several private organic labels that distinguish themselves to some degree from the official label. In The Netherlands the organic certification body SKAL is appointed by the Ministry of Economic Affairs. Apart from these examples the Danish system, with an organic label that is guaranteed by the public authorities, is to a large extent unique in an international context.

In Table 2 we have tried to bring together the standards concerning housing of sows, tail docking and castration, which are three of the main issues that were raised at Danish Pig Summit involving politicians as well as the industry in March 2014.

Table 2. Overview of the standard of Danish, German, Dutch and British labels concerning housing of sows, castration and tail docking

	Housing of sows	Surgical castration	Tail docking
Denmark			
Legislation	Group housing from 4 weeks after mating to 1 week before farrowing	Permitted with pain relief (anaesthesia after 7 days)	Permitted, but not routinely
UK-grise	Group housing from weaning to 1 week before farrowing	As legislation	As legislation
Bornholmer/Den Go'e gris/Antonius	Group housing from weaning to 1 week before farrowing	Permitted within 7 days	Banned, but dispensation is possible
Friland	Permanent group housing	Permitted within 7 days	Banned, but dispensation is possible
Organic	Permanent group housing	Permitted with pain relief	Banned, but dispensation is possible
Germany			
Legislation	Group housing from 4 weeks after mating to 1 week before farrowing	Permitted with pain relief (anaesthesia after 7 days)	Permitted, but not routinely
Neuland	"Similar to organic"	Permitted with anaesthesia	Banned
Tierschutz einsteig	?	Permitted with anaesthesia	Banned, transitional period until 31/12 2015
Tierschutz premium	"Similar to organic"	Permitted with anaesthesia	Banned
Initiativen zum Tierwohl	Points for confining sows max. 6 days/no confinements	Points for anaesthesia for piglets/ no castration of slaughter pigs	Points for no tail docking (expert consultation required)
The Netherlands			
Legislation	Group housing from 4 days after mating to 1 week before farrowing	Permitted with pain relief (anaesthesia after 7 days)	Permitted, but not routinely
IKB	As legislation	As legislation	As legislation
Milieukeur	As legislation	Banned	Points for no tail docking
KDV	?	Banned	?
Beter Leven 1	Sows can be confined during farrowing and lactating	Banned	As legislation
Beter Leven 2	Sows can be confined max. 5 days after farrowing	As legislation	Banned
Beter Leven 3	Sows can be confined max. 3 days after farrowing	As legislation	Banned
United Kingdom			
Legislation	Group housing from weaning until transferred to the farrowing section	Permitted (anaesthesia after 7 days)	Permitted, but not routinely
Red Tractor	As legislation	Banned	As legislation
Freedom Food	Permanent group housing (since 31/12 2013)	Banned	Banned, but dispensation is possible
Soil Association	Permanent group housing	Banned	Banned

Summary: supermarkets

Efforts have been made to include only supermarkets which have incorporated animal welfare in their private labels. However, it has not always been possible to obtain sufficiently detailed information to ensure that this limitation is observed.

The supermarkets gain increasing power, both as major buyers of quality brands and through the design of their private labels.

Relatively speaking, UK supermarket chains are more active in profiling themselves as outlets with sound animal welfare policies, and as keen supporters of national pork, than the typical European supermarket chain. Nevertheless, there are differences between the supermarkets. For example, pork from the private label products (at medium as well as premium levels) of Waitrose and Marks & Spencer is exclusively from outdoor-bred or outdoor-reared production. Tesco and Sainsbury's guarantee that the pork (possibly only the fresh pork, but we have been unable to confirm this) in their premium series (Tesco Finest and Sainsbury's Taste the Difference) is outdoor-bred or outdoor-reared. Asda guarantees that their premium series (Asda Extra Special Pork) is Red Tractor certified, but this only ensures that the pork is British and produced under animal welfare standards slightly above the legal minimum standard.

A few interesting British initiatives are worth mentioning. The first is that McDonald's decided in April 2013 to use only Freedom Food pork in their British restaurants. The second is that Sainsbury's, which is the largest buyer of Freedom Food pork in the UK, has announced that they will shift entirely to Freedom Food pork from 2020. Another special feature of the British market is that Waitrose has a special contract with its producers to guarantee a price premium for the whole pig. A similar type of contract is expected to be used in TWI.

Hence, while there is a general tendency in the UK for supermarkets to profile themselves as sound on animal welfare, they differ in their practices considerably. Specifically, Waitrose and Marks & Spencer seem to have the strongest focus on animal welfare, followed by Sainsbury's, Tesco, Morrison and Asda, at the other end of the spectrum.

In The Netherlands, the largest supermarket chain, Albert Heijn, has sold only Beter Leven products under their three private label series since 2011.

Interest in animal welfare assured pork has historically been relatively low in Germany, where there is a greater focus on the price of the products. However, it is worth mentioning that the largest supermarket chain in Germany, Edeka, sells Tierschutz certified pork in some of the larger cities under the label Edeka Premios Fleisch.

Similarly, Danish supermarkets have in the past shown little interest in welfare-friendly pork products. Presently, pork products with medium levels of animal welfare are marketed under private labels in three of the leading supermarket chains. The market share of the medium-level animal welfare products (Antonius, Den Goe Gris and Bornholmergrisen) amounts to 12 %. As a new initiative, the supermarkets are collaborating with the industry to re-think the medium levels so that they raise animal welfare levels.

In neither Austria nor Finland did we identify real animal welfare alternatives to organic pork.

Invariably, the supermarkets' private labels market animal welfare together with other product qualities such as taste. Although there is a growing interest in animal welfare, the trend seems to be towards a wider focus on ethical responsibility where animal welfare is just one of several approved qualities. This tendency is also seen in the growing markets for organic products.

Recommendations

In one segment of the Danish pork market consumers with strong concerns about animal welfare buy Friland or organic pork; but this segment is rather limited owing to the high price premiums attached to these products.

In the light of the experience in the other countries it is likely that there is a market opportunity in Denmark for pork labels guaranteeing medium levels of animal welfare at a moderate price. There are several lessons to learn.

Given the success in The Netherlands and the UK, it might be a good idea to investigate the possibility of marketing pork products with certified medium levels of animal welfare. Such certification could improve transparency, and it might sharpen the focus on animal welfare – as compared with the present situation, where medium-level welfare pork is only found in privately labelled products certified by the label owner, and where real gains in animal welfare seem to be limited and not very visible. The certification of medium levels of animal welfare could be introduced as part of a rethinking of the existing private labels Antonius, Den gode gris and Bornholmergrisen, since these are relatively well-known to Danish consumers.

A second lesson could be learned from the German initiative TWI or the Dutch sustainability measure Milieukeur. Both operate flexibly over which criteria the farmers are required to satisfy in order to obtain a higher price for their pork. Such a system increases flexibility from the farmer's point of view. We do not know, though, how Danish consumers would perceive a system where animal welfare might differ from producer to producer. Such pork could be labelled as "pork from production systems with improved welfare".

An additional feature of TWI is that no new labels should be introduced. Hence there is no price differentiation between TWI-pork and standard pork. The consumers do not know whether the pork cut they have bought has been produced with additional consideration for animal welfare or not. They know merely that some of the pork in a particular supermarket has been produced on a TWI farm. In this way the consumer knows, at least, that the supermarket as such supports animal welfare. The idea is very interesting and it will be interesting to follow consumer reactions.

TWI further distinguishes itself by involving collaboration between producers and processors as well as several retailers.

In the countries investigated we found no experience of a system in which public authorities own and run animal welfare labels: all of the labels were private. However, public authorities could conceivably support the development of private labels by motivating private stakeholders to new initiatives.

Kapitel 1 Indledning

Baggrund

Der er en række måder at sikre dyrenes velfærd på. Overordnet set kan de deles op i lovgivningsbaserede og frivillige tiltag. Traditionelt set har lovgivning været det foretrukne middel til at sikre landbrugsdyr acceptable forhold gennem både nationale og internationale love og aftaler.

Eksempelvis har der siden 1. januar 2013 været lovkrav i hele EU om, at alle søer skal være løsgående i drægtighedsstalden, hvor de opholder sig ca. 60 % af deres produktionscyklus. De må fikseres 7 dage før forventet faring. Folketinget har endvidere i 2013 vedtaget en såkaldt Velfærdspakke, som indeholder et krav om, at søerne også skal gå løse i løbe- og kontrolafdelingen, hvor de opholder sig ca. 20 % af deres produktionscyklus. Kravet træder i kraft ved bygning af nye stalde fra 2015 og skal være fuldt implementeret i 2035³. Når det drejer sig om soens tilværelse i det staldafsnit, hvor den farer og ammer sine pattegrise, og hvor soen lever ca. 20 % af tiden, er det derimod stadig tilladt at fikse soen i en farebøjle, hvilket langt de fleste svineproducenter gør.

Kastration er almindelig praksis i Danmark, både i den konventionelle og den alternative produktion. Som hovedregel må dyr kun kastreres af en dyrlæge, og dyret skal forud for kastrationen være bedøvet. Det er dog tilladt andre end dyrlæger at kastrere pattegrise inden for dyrets 2. til 7. levedøgn, forudsat at vedkommende er uddannet i kastration, og at pattegrisen smertelindres. Sædvanlig praksis i Danmark er at kastration foretages af landmanden i 2.-7. døgn uden medvirken af dyrlæge og uden bedøvelse, men med smertelindring (kilde: Poul).

Som hovedregel må dyr kun halekuperes i, hvis det er påkrævet af veterinære hensyn. Indgrebet skal da foretages af en dyrlæge, og dyret skal være bedøvet. Det er dog tilladt for andre end dyrlæger at halekupere pattegrise inden for grisens 2. til 4. levedøgn, forudsat at vedkommende er uddannet i halekupering. Højst halvdelen af halen må kupes, og halekupering må kun foretages, hvis der er dokumentation for, at der ellers vil forekomme halebid, og hvis der er forsøgt foranstaltninger for at forhindre halebid. Rutinemæssig halekupering er således forbudt i EU, men alligevel halekuperes 95 % svinene i de konventionelle produktionssystemer i Danmark.

En af de store fordele ved lovgivning er, at der kan sættes klare mål for forskellige produktionssystemer, og at fuldstændig efterlevelse af reglerne i princippet kan sikres gennem passende håndhævelse. Lovgivning har dog også en række begrænsninger i forhold til at sikre det niveau af dyrevelfærd, vi som samfund ønsker. For det første er der omkostninger forbundet med lovgivningen, både for landmanden i form af øgede produktionsomkostninger, de offentlige myndigheder i form af kontrolomkostninger samt for de forbrugere, der ville have foretrukket billige produkter fra produktionssystemer, der ikke længere er tilladt. Fra en samfundsøkonomisk vinkel skal disse omkostninger afvejes mod, hvad man ellers kunne have fået for pengene. For det andet presses erhvervets konkurrenceevne af skrapere lovgivning, hvilket kan tvinge produktionen til udlandet, så den ønskede effekt på dyrenes velfærd udebliver. Sådanne begrænsninger, samt at borgere i en række undersøgelser har ytret, at det er vigtigt at beskytte velfærden hos

³ Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri (2013). *Fakta om Velfærdspakken: bedre velfærd for svin*. http://fvm.dk/fileadmin/user_upload/FVM.dk/Nyhedsfiler/Faktaark_Velfaerds pakken_for_svin.pdf

produktionsdyr, har ført til en øget interesse for markedsdrevet dyrevelfærd fra politisk hold⁴. En helt grundlæggende forudsætning for, at forbrugere, der gerne vil købe velfærdsdød, kan være med til at sikre bedre betingelser for landbrugsdyr, er, at der bliver udbudt velfærdsdød, og at forbrugerne ved, hvad de kan vælge imellem. Et af redskaberne hertil er mærkning af fødevarer om, hvorvidt der er gjort noget ekstra for dyrevelfærden.

Baggrunden for dette projekt er, at fødevareministeriet ønsker at undersøge mulighederne for at lave et dansk dyrevelfærdsmærke, der kan anvendes bredt af supermarkeds kæder og i produktionsleddet.

Rapportens formål og opbygning

I nærværende rapport ser vi nærmere på udbredelsen af dyrevelfærdsmærker i Danmark, Storbritannien, Holland, Tyskland, Østrig og Finland. Der er fokus på mærker for svinekød.

Rapporten er opbygget med et fyldigt sammendrag og anbefalinger, som dermed udgør den egentlige opsamling af analyserne. Herudover er de indsamlede oplysninger fra hvert af de 6 lande afrapporteret i individuelle kapitler. Kapitlernes længde og opbygning varierer lidt afhængigt af, hvilke data der er relevante, og hvor udbredte dyrevelfærdsmærker er. De store kapitler er opdelt i et sammendrag, en gennemgang af de væsentligste nationale dyrevelfærdsmærker samt industriens dyrevelfærdsmærker og en omtale af de største supermarkeds kæder og deres rolle i forhold til dyrevelfærd.

Generelt om mærkningsordninger

De lovgivningsmæssige krav til hold af dyr i EU-landene er ofte fastsat ved EU-regulering, der pålægger medlemslandene at sikre efterlevelsen af visse minimumskrav. Herudover kan private virksomheder vælge at fastsætte egne standarder, hvor der stilles mere vidtgående krav til dyrevelfærd end lovgivningens krav. Inden for de private mærker skelnes typisk mellem detailhandlens egne mærker — såkaldte *private labels* — og fødevareindustriens mærkevarer. De private mærker kontrolleres enten via en tredjepart eller af virksomhederne selv⁵.

Et supermarkeds egne mærker kan dække over alt fra en simpel genpakning af en discountvare til decideret udvikling af et særligt kvalitetsprodukt⁶. I starten var private mærker typisk billige discountvarer forhandlet under supermarkedets eget mærke, men nu har supermarkederne i stigende grad også en serie, hvor de forhandler kvalitetsprodukter, som ligger højere både pris- og kvalitetsmæssigt, og de bruges til profilering af det pågældende supermarked⁷. Denne serie vil i nærværende rapport blive kaldt supermarkedets premium-mærke. Denne udvikling har betydet, at private mærker i form af premium-mærker i højere grad konkurrerer med industriens mærkevarer. Der har de seneste år været en tendens til, at sådanne private mærker vinder frem på bekostning af industriens mærkevarer. Vi skelner således mellem følgende tre hovedkategorier af mærker:

⁴ Christensen, T. (2014). Kan vi overlade det til forbrugerne at sikre dyrevelfærd? *moMentum+ JA og DM tema 2/2014*.

⁵ Se fodnote 2.

⁶ Roex, J. & Miele, M. (2005). *Farm Animal Welfare Concerns: Consumers, Retailers and Producers*. Welfare Quality Report 1. Cardiff University. Side 99.

⁷ Hansen, H.O. (2013). Mærkevarer eller private labels på fødevarerområdet. *Tidsskrift for Landøkonomi* 198.-199. årgang, nr. 4/2012-1/2013, side 247-258.

- **Nationale dyrevelfærdsmærker** er ikke knyttet til bestemte virksomheders produkter, og er certificeret af en tredjepart. Der skelnes mellem private og myndighedsbaserede certificeringer. Det danske Ø-mærke er et eksempel på et generelt myndighedsbaseret mærke, mens "Godkendt af Dyrenes Beskyttelse" er et generelt privatcertificeret mærke.
- **Industriens egne mærker** er knyttet til en bestemt virksomheds produktion. Industriens egne mærker er typisk certificeret af virksomheden selv eller af en tredjepart. Eksempler på industriens egne mærker er Friland eller Antonius.
- **Supermarkedernes egne mærker** ejes af supermarkederne og bærer ofte supermarkedernes navn. Supermarkedernes egne mærker er typisk enten certificeret af supermarkedet selv eller af en tredjepart. Eksempler på supermarkedernes egne mærker er Änglamark i COOP eller Princip i Dansk Supermarked.

Både for producenter, forarbejdningsvirksomheder, detailkæder, forbrugere og de involverede dyr kan der være fordele og ulemper ved de forskellige mærker i forhold til deres bidrag til at sikre en højere dyrevelfærd i svineproduktionen.

Den større markedsagt i den vertikale kæde (supermarkedskædernes magt øges i forhold til forarbejdningsvirksomhedernes og primærproduktionens) samtidig med en stærkere horisontal konkurrence (konkurrence mellem virksomheder på samme sted i værdikæden), gør det naturligt for detailkæderne at udvikle nye konkurrenceparametre, som for eksempel dyrevelfærd.

Supermarkedskædernes profilering af dyrevelfærd under egne mærker kunne således være et middel til at konkurrere med andre detailkæder.

Over for forbrugerne har private mærker den fordel, at supermarkedskæderne nemt kan differentiere deres varer fra andres, og markedet gøres mindre gennemskueligt. Bl.a. kan det være sværere for forbrugerne at identificere, hvem der har produceret de varer, de køber. Flere undersøgelser har vist, at netop kædernes egne mærker ofte er afgørende for forbrugernes valg af indkøbssted.

Supermarkedskædernes stigende ønske om at anvende deres egne mærker kan være en barriere for at udvikle attraktive dyrevelfærdsmærker. Nationale dyrevelfærdsmærker giver ikke den enkelte supermarkedskæde mulighed for at differentiere sig over for konkurrenterne. Samtidig er der risiko for at generelle dyrevelfærdsmærker "tager fokus" fra kædernes egne mærker, idet der er en klar øvre grænse for, hvor mange mærker en forbruger kan overskue og have præference for. Ønsket om ens egen relative konkurrencefordel kan derfor være en hindring for, at en supermarkedskæde ønsker at bakke op om et fælles dyrevelfærdsmærke.

Supermarkedernes egne mærker forventes at få en stigende betydning i både de danske og de europæiske supermarkedskæder. Danmarks to store dagligvarekæder, Coop og Dansk Supermarked, forventer således at øge andelen af deres egne mærkevarer de næste år i den stadig stærkere konkurrence om kunderne⁸.

⁸ Læs mere om udviklingen i private mærker i blandt andet:
Hansen, H.O. (2013). Mærkevarer eller private labels på fødevarerområdet. *Tidsskrift for Landøkonomi* 198.-199. årgang, nr. 4/2012-1/2013, side 247-258.

Kapitel 2 Metode

Rapportens ressourcemæssige ramme har været 3 måneder. I den udstrækning at vi har fået oplysninger fra flere sider, har det kunnet anvendes som et validitetstjek, men det har ikke været muligt indenfor budgettets rammer systematisk at dobbelttjekke alle oplysninger.

Litteraturstudie

Indledningsvis blev der gennemført et kort litteraturstudie med henblik på at sikre klare definitioner af, hvad der menes med de forskellige typer af mærker (private mærker, mærkevarer, samt standard eller premium-mærker). Litteraturstudiet er kort afrapporteret i kapitel 1.

Dataindsamling generelt

Kortlægningen har fokuseret på de mest udbredte mærker i udvalgte lande. Der er så vidt muligt indhentet oplysninger om følgende kriterier:

- de specifikke dyrevelfærdskrav samt evt. andre krav til mærkningsordningen
- om mærket er privat eller offentligt certificeret/auditeret
- drivkraften bag mærket (offentlig/privat)
- om mærket blev introduceret trinvist (en produktgruppe ad gangen)
- om mærket er et rent dyrevelfærdsmærke eller inkluderer andre kvalitetsaspekter
- hvor udbredt mærket er
- (til en vis grad) hvor mærket forhandles

Dataindsamling udland

Dataindsamlingen af erfaringer med dyrevelfærdsmærker fra andre lande har systematisk taget udgangspunkt i eksisterende forskningsnetværk i pågældende lande. Det resulterede i rigtig meget nyttig information samt en række nye kontakter og henvisninger til hjemmesider og specifikke publikationer. Der synes ikke at være særligt mange aktiviteter på dyrevelfærdsmærker i Østrig og Finland, så dataindsamling i disse lande er forholdsvis hurtigt afsluttet. Holland, Tyskland og Storbritannien derimod førte til flere runder med opfølgende korrespondancer.

Dataindsamlingen via forskernetværk har hovedsagelig været nyttig i relation til, hvilke mærker der er i spil samt krav dertil og i et vist omfang også markedsudbredelse, mens kortlægning af store supermarkedskæder har hovedsageligt været gennemført via google-søgninger.

Nielsen, A.C. (2009). *Who will win the battle of the shelf? Branded or private label products?* The Nielsen Company.

<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/10/200909-PL-Report.pdf>

Rabobank (2011). *Private Label vs. Brands: An Inseparable Combination*.

<http://hugin.info/133178/R/1499322/434858.pdf>

Udtalelser fra Henrik Stender-Rasmussen, direktør i GfK, og Jens Visholm, food-direktør i Coop, i artiklen 'Derfor fylder butikkernes egne mærker mere på hylderne' i Berlingske 6. juni 2012. <http://www.business.dk/detailhandel/derfor-fylder-butikkernes-egne-maerker-mere-paa-hylderne>

SymphonyIRI Group (2012). *Private Label in Europe 2012: Is there a limit to growth?*

http://www.iriworldwide.eu/Portals/0/articlepdfs/PrivateLabel/PrivateLabel_2012_FullReport_Final.pdf

Dataindsamling Danmark

Dataindsamlingen for Danmark har hovedsagelig været baseret på projektgruppens erfaringer samt litteraturstudier. Der har været gennemført et møde med bl.a. Karl Christian Møller, Danish Crown i juni 2014 med henblik på at høre deres erfaringer med produktion og markedsføring af forskellige typer af svinekød. Tilsvarende er der gennemført et møde med bl.a. Anders Rene Jensen, Rema1000.

Gennemgangen af de danske mærker er ikke præget af så stor en detaljeringsgrad, men er hovedsagelig inddraget for at kunne relatere de udenlandske oplysninger til danske forhold.

Afgrænsninger

Der har været fokus på dyrevelfærdsmærker for svinekød som henvender sig til forbrugerne. For fuldstændighedens skyld er der også medtaget mærker, som i alt væsentligt kun tjener til at sikre overholdelse af eksisterende dyreværnslovgivning. I alle lande er der eksempler på generelle kvalitetsmærker, som stort set kun sikrer opfyldelse af lovgivne krav på dyrevelfærdsområdet og som har en stor udbredelse, f.eks. Danish, AMA, QS, KDB, Red Tractor. Red Tractor er det eneste mærke, der udmærker sig ved at henvende sig til forbrugerne. Disse mærker er taget med, fordi det nuværende fravalg af forbrugerkontakt kan ændres, hvis forholdene ændrer sig. Eksempelvis er GlobalGap-mærket ikke med, da det er et generelt mærke, som omfatter mange produktkategorier, og som udelukkende anvendes blandt producenter, forarbejdningsleddet og supermarkeder.

Det har været en begrænsende faktor, at de fleste dokumenter om tyske og hollandske forhold kun er tilgængelige på originalsprogene. Google translate har været anvendt som supplement til projektdeltagernes lettere begrænsede kendskab til hollandsk. Søgning på internettet har givet en del nyttige oplysninger om markedsførte produktserier, vurderinger af forskellige mærkningsordninger fra dyrevelfærdsorganisationer mm., selvom disse kilder i høj grad har været pressemeddelelser, hjemmesider etc., som ikke går ind under kategorien faglitteratur.

Der er forskel på, hvilke typer information vi har fået fra de forskellige lande, hvilket gennemgangen også bærer lidt præg af. Vi har haft fokus på at indsamle data, så mærkerne kunne sammenlignes på parametre såsom, om de er nationale mærker eller supermarkedernes egne mærker, markedsandele, krav til dyrevelfærd, samt om mærkerne er rene dyrevelfærdsmærker, eller om dyrevelfærdskravene indgår i mere generelle kvalitetsmærker. Denne asymmetri er både en svaghed, idet det vanskeliggør læsningen, men også en styrke, da vi på den måde fanger, hvad der er vigtigst for netop det land nu.

Detailhandlens markedsandele har været vanskelige at opgøre, bl.a. fordi der ofte er forskel på, hvilke varetyper der indgår i beregningen af markedsandele. I nogle tilfælde ser man på fødevareretailhandlens markedsandele, hvilket adskiller sig fra detailhandlens samlede markedsandele. Dertil kommer, at detailhandlen bliver mere og mere internationaliseret, således at en stor andel af omsætningen foregår uden for hjemmemarkedet. Dermed bliver begrebet "markedsandel" vanskeligere af afgrænse⁹.

Der er forsøgt kun at medtage supermarkeder med egne mærker i det omfang, de er knyttet til svinekødsprodukter, men det har i nogle tilfælde været svært at opnå tilstrækkelig detaljeret information om, hvilke produkter der markedsføres under de forskellige mærker. Kategorien "Premium dyrevelfærd"

⁹ Se f.eks. <http://www.retail-index.com/Sectors/FoodRetailersinEuropeandworldwide.aspx>

dækker produktionssystemer svarende til Friland og økologiske krav. Ved kategorisering af supermarkedernes egne mærker er anvendt kategorierne discount/standard, mellem og premium.

Liste over informanter

Nedenfor i tabel 2.1 er opgjort en liste over alle, der har været interviewet i forbindelse med projektet. I henvisninger til personlige kilder angives typisk blot fornavn, da hele kildehenvisningen kan ses i tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Liste over informanter

Land	Informant
UK	Michael C. Appleby, PhD, Chief Scientific Adviser, Humane & Sustainable Agriculture, World Society for the Protection of Animals, London, Great Britain Henry Buller, PhD, Professor of Geography, College of Life and Environmental Sciences, University of Exeter, Great Britain Sandra Edwards, PhD, Professor of Agriculture, Agriculture, Food and Rural Development, Newcastle University, Great Britain
Holland	Volker Beekman, PhD, Professor of Ethics, Wageningen University and Research Centre, The Netherlands Victor Immink, PhD, Researcher in Marketing and Market Research, Wageningen University and Research Centre, The Netherlands Paul Ingenbleek, PhD, Researcher in Marketing and Market Research, Wageningen University and Research Centre, The Netherlands Machiel J. Reinders, PhD, Senior researcher, Marketing and Consumer Behaviour, LEI, Wageningen University & Research Centre, The Netherlands Johan Bakker, MSc, Senior Market researcher, LEI, Wageningen University and Research Centre, Department Markets & Chains, Section Chain performance, The Hague, The Netherlands Franck L.B. Meijboom, PhD, Ethic Institute, Utrecht University, The Netherlands Helga van Veen, direktør, Beter Leven, The Hague, The Netherlands Fleur van roon-Heuzinkveld, Beter Leven, The Hague, The Netherlands Gé Backus, PhD, Direktør connecting agri and food, The Netherlands Annika de Ridder, Projektleader for Milieukeur, SMK, Haag, Holland Bert van den Berg, Senior policy worker farm animals, Dutch Society for the Protection of Animals
Tyskland	Lars Schrader, PhD, Institute of Animal Welfare and Animal Husbandry, Friedrich-Loeffler-Institut, Celle, Tyskland Heinz Schweer, Vion Food Group, Agricultural relations, Düsseldorf, Tyskland Claudia Salzborn, Head of department for farm animals, Deutscher Tierschutzbund, Akademie für Tierschutz, Neubiberg, Tyskland Ina Mueller Arnke, Vier Pfoten, Hamborg, Tyskland Sabine Ohm, Provieh Eberhard von Borell, PhD, Professor of Animal Husbandry & Ecology, Institute of Agricultural and Nutritional Sciences, Martin-Luther-University Halle-Wittenberg, Tyskland Ute Knierim, Department of Farm animals, Kassel University, Tyskland Gerold Rahman Prof. Dr., Institute of Organic Farming, Johann Heinrich von Thuenen Institute Friedrich Weissmann, Institute of Organic Farming, Johann Heinrich von Thünen Institute, Westerau, Tyskland
Østrig	Susanne Waiblinger, PhD, Dyrlæge, Institut für Tierhaltung und Tierschutz, Veterinærmedicinsk Universitet, Wien, Østrig Johannes Baumgartner, Institute of Animal Husbandry and Animal Welfare (ITT), Department for Farm Animals and Veterinary Public Health, University of Veterinary Medicine Vienna, Wien, Østrig Christoph Winckler, afdelingsleder, Division of Livestock Sciences/Department of Sustainable Agricultural Systems University of Natural Resources and Life Sciences (BOKU), Wien, Østrig Christine Leeb (certWEL), Department of Sustainable Agricultural Systems University of Natural Resources and Life Sciences (BOKU), Wien, Østrig Christa Gröss, BioAustria
Finland	Anna Valros, PhD, Professor of Animal Welfare, Research Centre for Animal Welfare, Department of Production Animal Medicine, University of Helsinki, Finland Satu Raussi, PhD, Finnish Animal Welfare Centre, Finland
Danmark	Rema1000 Danish Crown Poul Ottesen, Fødevarestyrelsen

Kapitel 3 Danmark

Danmark producerede 29 mio. grise i 2012. Heraf blev godt 19 mio. slagtet i Danmark, og godt 9 mio. smågrise blev eksporteret til Tyskland. Danmark eksporterer ca. 90 % af det svinekød, der produceres¹⁰. Det vigtigste eksportland er klart Tyskland, bl.a. i form af levende smågrise, efterfulgt af Storbritannien, Polen, Kina og Japan. Eksporten til Storbritannien er særlig interessant i nærværende sammenhæng, hvor der er fokus på svinekød, der er produceret mere dyrevenligt end lovgivningen tilskriver, idet alt svinekød, der sendes til Storbritannien, skal opfylde de britiske krav til produktion. Det omfatter bl.a., at søer skal være løse fra fravænning til indsættelse i farestald. Produktionen af de såkaldte Englandsgrise startede i 1998 og har i en årrække ligget nogenlunde stabilt på 1 mio. svin om året. Ifølge Landbrug & Fødevarer udgør Englandsgrise ca. 15 % af produktionen¹¹. Ca. 20 % af forbruget af svinekød bliver importeret¹².

Dyrevelfærdsmærker

I Danmark er der to dyrevelfærdsmærker for svinefødsprodukter, der garanterer et premium-niveau af dyrevelfærd: Friland og økologi. Friland er et privat mærke og økologi er et nationalt mærke. Begge er anbefalet af Dyrenes Beskyttelse.

Der certificeres ingen mellemniveauer af svinevelværd i Danmark, idet kravene for at kunne certificeres Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse er på højde med de økologiske og Frilands standarder.

Supermarkeds kæderne har derudover lanceret serier af produkter under egne mærker, hvor der er (lidt) højere dyrevelfærdskrav, end lovgivningen foreskriver: Coop forhandler Bornholmergrisen, Rema1000 forhandler Den Go'e Gris, Dansk Supermarked forhandler Antonius. I alt har disse produkter en markedsandel på ca. 12 % af dansk svinekød, mens Friland og økologisk svinekød står for ca. 5 %. Det betyder at 83 % af det svinekød, der sælges i danske butikker, er standardkød der opfylder lovgivningen. De væsentligste dyrevelfærdsmærker i Danmark er således:



- Antonius, Den Go'e Gris, Bornholmergrisen (mellemprodukter)
- Friland, Økologi (premiumprodukter).



¹⁰ Landbrug & Fødevarer (2014). *Statistik 2013 svinekød*.

¹¹ Landbrug & Fødevarer (2014). *A view of European pig production: A benchmarking exercise for Denmark, England, Holland and Germany*.

¹² Christensen, T., Tveit, G. & Sandøe, P. (red.) (2014). *Løse søer: en tværfaglig undersøgelse af markedsdrevet dyrevelfærd*. Projekt rapport 19. Center for Bioetik og Risikovurdering.
http://curis.ku.dk/ws/files/104848083/CeBRA_Rapport_19.pdf

Herudover bør det nævnes, at 95 % af den danske svineproduktion er certificeret af DANISH-ordningen, som er en ordning for de danske svineproducenter, hvor dyrevelfærdskravene følger lovgivningen. Dansk svinekød af denne type sælges typisk som 100 % dansk svinekød.

I løbet af de seneste 20 år har der været en lang række forsøg på at lancere en velfærdsgris. Mindst 25 forskellige mærker været markedsført¹³ og, i de fleste tilfælde, droppet igen. Eksempelvis lancerede regeringen i 1998 et officielt kvalitetsmærke "Den blå lup" for svine- og kalvekød, der levede op til særlige kriterier for dyrevelfærd og spisekvalitet, bl.a. god plads til dyrene, skånsom transport til slagtning, ingen brug af antibiotiske vækstfremmere, PVC-fri emballage og god spisekvalitet (mørt og saftigt kød). Mærket blev dog droppet igen i 2001 som følge af manglende opbakning, bl.a. fordi mærket ikke blev markedsført massivt nok efter branchens mening, og fordi mærket kolliderede med detailkædernes behov for at profilere sig i forhold til deres konkurrenter¹⁴. Endvidere er vurderingen fra Fødevarerministeriet selv, at det skabte forvirring, at mærket både indeholdt garantier for dyrevelfærd og smag, ligesom de manglende muligheder for at håndhæve sidstnævnte bidrog til en manglende tillid til produktet.

I oktober 2013 blev ideen til en ny gris med øget dyrevelfærd lanceret. "Velfærdsgrisen" ligger prismæssigt mellem konventionel og økologisk/Friland, og der er tale om en indendørs produktion med adgang til halm ad libitum, løse søer og "krølle på halen". Velfærdsgrisen er blevet til i et samarbejde mellem Dyrenes Venner, Danish Crown, Tican og Videncenter for Svineproduktion. Initiativtagerne forventer at kunne opnå en merpris til producenten på ca. 2 kr. pr. kg til at dække meromkostningerne, og at forbrugerne kan se frem til en merpris på 10-15 % i køledisken¹⁵. Allerede fra starten offentliggjorde Dyrenes Beskyttelse, at de mente navnet velfærdsgris var vildledende. Selvom det blev anerkendt, at søerne er løse, og at halekupering ikke er tilladt, så beklagede Dyrenes Beskyttelse, at konceptet ikke indebar krav om, at grisene skulle kunne komme udenfor¹⁶. Coop offentliggjorde i august 2014, at de ikke ønsker at markedsføre konceptet under henvisning til, at dyrevelfærden ikke lever op til de krav, som Coop ønsker. Bl.a. nævnes, at det er "super godt" at søerne går løse i farestalden, men at Coop også gerne vil inddrage smågrisen og slagtesvinenes forhold¹⁷.

Se i øvrigt Tabel 3.1, som indeholder en oversigt over markedsandele for de forskellige dyrevelfærdsmærker i Danmark. Tabel 3.2 indeholder en oversigt over de væsentligste krav der relateres til dyrevelfærd.

¹³ Jensen, F. L. (2008). Specialgrise: succes'er og fiaskoer. *Svineproducenten* 34. årgang, nr. 4, side 12-15.

¹⁴ Se fodnote 13.

¹⁵ http://vsp.lf.dk/Aktuelt/Nyheder/2013/10/221013_Velkommen_velfaerdsgris.aspx

¹⁶ <http://www.okologi.dk/forbruger/aktuelt-om-oekologi/oeko-nyheder/2013/okt/dyrenes-beskyttelse---%E2%80%99velfaerdsgrisen%E2%80%99-er-vildledende.aspx>

¹⁷ http://fodevarewatch.dk/Landbrug_Fiskeri/article6930554.ece

Tabel 3.1 Oversigt over markedsandele for svinekød med dyrevelfærdsmærker i Danmark 2013¹⁸

Mærke	Indført	Markedsandel	Ejerskab	Kommentarer
100 % Dansk Gris	2006 ^{a)}	63 % ¹⁹	Privat	Velfærdskrav som lovgivning
Antonius Den Go'e Gris Bornholmergrisen	1976 ^{b)} ? ?	12 % (40 landmænd ^{c)})	private mærker hos danske supermarkeder	Mellemprijs, dyrevelfærd lidt over lovgivning (mellemniveau), dyrevelfærd sælges sammen med spisekvalitet
Englandsgrisen^{d)}	1999	1 mio. grise om året	privat mærke	Sælges kun til Storbritannien
Friland	1992	3 % ²⁰	privat mærke	Relativt høj pris, høj dyrevelfærd
Økologi	1989	2 % ^{e)}	nationalt mærke (offentligt certificeret)	Høj pris, høj dyrevelfærd, dyrevelfærd sælges med andre kvaliteter
Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse		5 % (summen af Friland og Økologi)	privat	Mærket har kun 1 niveau, Friland og Økologi opfylder krav

¹⁸ Kilder: ^{a)} <http://www.danskkalv.dk/page21766.aspx> ^{b)} <http://www.antonius.dk/page3419.asp> ^{c)} Karl Christian Møller, Danish Crown ^{d)} Christensen et al. (2014) (se fodnote 12) ^{e)} Økologisk Landsforening (2014). Økologisk Markedsnotat - juni 2014. <http://www.okologi.dk/media/3235654/markedsnotat%202014.pdf>

¹⁹ Beregnet ud fra, at 20 % af forbruget er importeret kød. Antonius, Den Go'e Gris, Bornholmergrisen, Friland og Økologi udgør tilsammen 17 %, og resten, ca. 63 %, er 100 % Dansk gris.

²⁰ Vurderet ud fra flere kilder, bl.a. Karl Christian Møller, Danish Crown, som angiver, at salget af Friland til det danske marked er lidt større end salget af Økologi.

Tabel 3.2 Oversigt over dyrevelfærdskrav til forskellige mærker for svinekød i Danmark²¹

	Konventionelle grise	UK-grise	Bornholmer Den Go'e Gris Antonius	Økologiske grise	Frilandsgrise
Indendørs plads (svin, ca. 100 kg)	Min. 0,65 m ²	Min. 0,65 m ²	Min. 0,85 m ²	Min. 1,3 m ²	Min. 1,2 m ²
Udendørs plads (svin, ca. 100 kg)	Ingen	Ingen	Ingen	Min. 1m ²	Min. 0,50 m ²
Flokestaldning af søer	Søer skal være løse i grupper fra senest 4 uger efter løbning til 1 uge før faring	Søer skal være løse i grupper fra fravænning til 1 uge før faring	Søer skal være løse i grupper fra fravænning til 1 uge før faring	Søer er altid løse. De skal altid kunne bevæge sig frit og gå i grupper. Gruppekraft gælder ikke i de sidste stadier af drægtighedsperioden, og når de giver mælk	Søer er altid løse. De må gerne komme på stald, men skal have adgang til det fri
Fiksering af søer	Tilladt under faring, diegivning samt løbning	Tilladt under faring og diegivning	Tilladt under faring og diegivning	Nej	Nej
Beskæftigelse	Strøelse	Strøelse	Strøelse	Rigeligt med tør strøelse	Rigeligt med tør strøelse
Gulv	Spaltegulv er tilladt (max. 2/3 af areal i stalde taget i brug efter 1/7 2000)	?	Spaltegulv i max. 35 % af arealet	Spaltegulv i max. 50 % af areal. Forbudt i liggearealer	Spaltegulv i max. 50 % af areal. Forbudt i liggearealer
Halekupering	Tilladt, dog ikke rutinemæssigt	Som lovgivning	Forbudt, men dispensation mulig	Forbudt, men dispensation mulig	Forbudt, men dispensation mulig
Tandslibning	Tilladt	Tilladt, dog ikke rutinemæssigt	Tilladt	Forbudt	Hjørnetænder må slibes på nyfødte
Fravænning	Mindst 28 dage (21 dage ved særlige forhold)	Mindst 28 dage (21 dage ved særlige forhold)	Mindst 28 dage	Mindst 49 dage	Mindst 30 dage

²¹ Kilde: <http://www.foedevarestyrelsen.dk/Leksikon/Sider/Svinek%C3%B8d.aspx>

Transport til slagteri	Ingen krav til transporttid. 90 % af danske svin, der slagtes i DK, transporteres mindre end 3 timer	?	Transport af grisene skal foregå direkte fra landmanden til slagteriet	Transporttiden skal holdes på et minimum	Transporten må højst vare 8 timer
Foder	Søer skal have foder med højt fiberindhold. GMO er tilladt	?		Krav om grovfoder og det skal være økologisk (der må i en overgang bruges op til 5 % ikke-økologisk foder). GMO er forbudt	Krav om grovfoder. GMO er tilladt
Regler for medicinering	Ved diagnose må dyrlægen og landmanden indgå en aftale om, at landmanden selv begynder behandling	?	Landmanden skal anvende så lidt medicin i sin besætning som overhovedet muligt	Landmanden må efterbehandle i op til 5 dage efter aftale med dyrlægen	Ved diagnose må dyrlægen og landmanden indgå en aftale om, at landmanden selv begynder behandling
Kirurgisk kastration ²²	Tilladt med smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Som lovgivning	Tilladt indenfor 7 dage	Tilladt med smertelindring	Tilladt indenfor 7 dage

http://vsp.lf.dk/~media/Files/DANISH/DANISH%20produktstandard/Produkt_Standard_Englandsgrise.ashx

²² I tillæg til kilden nævnt i fodnote 21 er der tilføjet oplysninger om kastration fra:

<http://www.antonius.dk/page3519.asp> ;

Dyrenes Beskyttelse (2013). *Den store svinekødsguide*. http://www.dyrenesbeskyttelse.dk/sites/default/files/guider/Den_ultimate_svinekoedsguide.pdf ;

Videncenter for svineproduktion (2014). *Produktstandard for Engelsgrise*.

http://vsp.lf.dk/~media/Files/DANISH/DANISH%20produktstandard/Produkt_Standard_Englandsgrise.ashx

Supermarkedernes egne mærker

På linje med udviklingen i andre lande anvender supermarkeds kæderne i Danmark i stigende grad deres egne mærker og har typisk både discount- og kvalitetsserier i egne mærker.

Der er en tendens til, at supermarkeder tilbyder tre forskellige kategorier af animalske produkter: Den billigste kategori består af standardprodukter, som skal være konkurrencedygtige på pris og af ensartet kvalitet (f.eks. 100 % Dansk Gris). Den dyreste kategori består af velfærdsprodukter, der profileres primært, eller i høj grad, ud fra en høj standard for dyrevelfærd og en tilsvarende høj pris (f.eks. Friland og Økologi). Herimellem tilbydes ofte et mellemprodukt, som er kendetegnet ved, (a) at dyrevelfærden er lidt højere end hos standardvaren, men ikke så høj som i det dyreste produkt, (b) at dyrevelfærd er en blandt en række kvalitetsegenskaber, som skal differentiere produktet fra standardvaren, og (c) at prisen ligger tættere på standardvaren end på luksusproduktet. F.eks. Antonius-grise, Den Go'e Gris og Bornholmergrisen er mellemprodukter. Tabel 3.3 giver en oversigt over de største supermarkeds kæder i Danmark.

Tabel 3.3 Oversigt over de største supermarkeds kæder i Danmark 2013²³

Supermarkeds kæde	Total markedsandel (2013) ²⁴	Omsætning 2013 (kr.)	Egne mærker (fokus)
Dansk Supermarked (Føtex, Bilka, Netto)	34,8 %	ca. 56 mia.	budget (discountmærke) vores (mellemmærke) Antonius (mellemmærke, svinekød) princip! (premium-mærke) Alle skal have råd til luksus (premium-mærke i Netto, nyt) levevis (sundhed)
Coop (Irma, Kvickly, Brugsen, Fakta)	ca. 34 %	godt 40 mia.	xtra (discount mærke) dit valg (nøglehul) Slagterens udvalgte (Bornholmergrisen, mellemmærke svinekød) änglamark (premium)
Supergros (Kiwi, Spar, Eurospar, Superbest)	20 %		
Rema1000	7,9 %	12 mia.	Den Go'e Gris (mellemmærke, svinekød)
Aldi + Lidl	5 %		

Næsten 93 procent af det kød, det ene af Danmarks to største detailkoncern, Coop, sælger, er almindeligt svinekød²⁵. I 2014 kategoriserer Irma 40 % af det kød, Irma sælger, som velfærds kød, og i 2020 er deres mål at komme op på en andel på 60 %²⁶.

²³ Kilder:

http://www.retailnews.dk/article/view/120760/dansk_supermarked_aeder_sig_ind_pa_coop#.U_Cbp_mqnWM

<http://www.business.dk/detailhandel/rema-1000-droener-videre-i-discountsporet>

<http://nyhederne.tv2.dk/samfund/2014-03-11-nedtur-coop-overskuddet-skrumper>

<http://dansksupermarked.dk/presse/nyheder/?id=8fdd4f9312a6b438>

http://www.kfst.dk/Indhold/KFST/Nyheder/Pressemeddelelser/2011/~/_media/DFBB849122EB44499D8EFF7951F4729C.pdf

²⁴ Markedsandele for Supergros, Aldi og Lidl er fra 2010

²⁵ <http://www.landbrugsavisen.dk/Nyheder/Netnyheder/2014/8/6/ikkenoksalgivelvelfaerdsgrise.htm>

Med de seneste EU-lovkrav om, at drægtige søer skal være løse, samt krav om løsgående søer i løbeafdelingen fra 2035, som er vedtaget i den danske velfærdspakke i 2013, er velfærdsforbedringerne for hhv. Antonius, Den Go'e Gris og Bornholmergrisen blevet indsnævret. I august 2014 skriver Berlingske at Dansk Supermarked og Rema1000 brainstormer sammen med Danish Crown om, hvordan produktion og distribution af en velfærdgris kan foregå. De to kæders næsten ens mærkevarer Den Go'e Gris og Antonius er blevet solgt i en årrække, og nu er tiden, i følge avisen, altså kommet til at løfte kvaliteten i dyrevelfærden²⁷.

²⁶ <http://www.dyrenesbeskyttelse.dk/irma-og-dyrenes-beskyttelse-loefter-barren-dyrevelfaerd>

²⁷ http://fodevarewatch.dk/Landbrug_Fiskeri/article6930554.ece

Kapitel 4 Tyskland

Sammendrag Tyskland

Næsten 60 millioner grise blev slagtet i Tyskland i 2012 svarende til 5,4 mio. tons svineköd. Heraf blev 50 % af svineködet (2,7 mio. tons) eksporteret²⁸. Tyskland er det land, der producerer mest svineköd i Europa. Deres eksport til Storbritannien er den næst højeste, kun overgået af Danmark²⁹. Tyskland er både en stor eksportør og importør af svineköd. De importerer smågrise, slagtesvin og svineköd fra hovedsagelig Belgien, Danmark og Holland - målt i tons udgjorde importen fra disse lande i 2013 hhv. 346, 325 og 111 mio. kg³⁰. Den danske eksport bestod hovedsagelig af smågrise, således importerede Tyskland ca. 15 mio. smågrise i 2013 heraf 10,7 mio. smågrise fra Danmark 2012³¹. Danmark eksporterede i 2013 for 8 mia. kr. svineköd til Tyskland³². De fire store slagterier, Tönnies, Vion, Westfleisch og Danish Crown, stod i 2011 for 60 % af slagtingerne i Tyskland³³. Der er ikke fundet præcise data for import af svineköd i Tyskland.

I Tyskland er der følgende væsentlige dyrevelfærdsmærker samt en række økologimærker (se i øvrigt tabel 4.1 for en oversigt):

- Für mehr Tierschutz (Deutsche Tierschutzbund), Vier Pfoten, Initiativen zum Tierwohl (rene dyrevelfærdsmærker)
- Neuland (hovedsagelig dyrevelfærdsmærke, men også lidt lokalt og små producenter)
- Bioland, Naturland, Biopark, Biokreis, Demeter (økologimærker)

Samlet set produceres der ca. 500.000 svin per år under disse mærker, hvilket svarer til en samlet markedsandel på under 1 % (kilde: Sabine).

Herudover er der et kvalitetsmærke, QS, som dækker næsten hele produktionen, men som i forhold til dyrevelfærd kun sikrer lovgivningen³⁴.

²⁸ <http://www.german-meat.org/en/meat-germany/pork/>

²⁹ Agriculture and Horticulture Development Board (AHDB) 2013. Country report: Germany.

http://www.bpex.org.uk/prices-facts-figures/reports/documents/CountryReport_Germany.pdf og Das Statistik Portal: Wichtigste Herkunftsländer von Schweinefleischimporten nach Deutschland nach Importmenge im Jahr 2013 <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/28886/umfrage/der-import-von-schweinefleisch-nach-deutschland/>

³⁰ Se fodnote 29

³¹ http://www.danskesvineproducenter.dk/index.php?action=read_article&article_id=194.

³² Se fodnote 10

³³ <http://www.pigprogress.net/Home/General/2012/11/Chances-and-risks-for-German-pig-production-1104921W/>

³⁴ Se fodnote 11

Tabel 4.1 Oversigt over dyrevelfærdsmærker for svinekød i Tyskland 2014

mærke	niveauer	indført	ejerforhold	kommentar
Für Mehr Tierschutz	2	2013	privat	Omfatter kylling og svin. Der er 10 producenter samt 9 undervejs
Vier Pfoten	2	2013	privat /internationalt	Foreløbig kun kylling - svin er undervejs
Initiativen zum Tierwohl	Faste krav og valgfrie	2015	privat /hele branchen	Vil omfatte en stor del af svineproducenterne
Neuland	1		privat	Flere arter og 200 svineproducenter
økologimærker	1		privat	Alle arter

Der vurderes af de tyske eksperter, vi har talt med, at det er svært for dyrevelfærdsmærker at få fodfæste på det tyske marked (kilder: Sabine, Lars). Mulige årsager til den manglende interesse for velfærdssvinekød kunne være, at en meget stor del af svinekødet sælges som tilbudsvare (ca. 70 %), og at Initiativen zum Tierwohl er ved at blive lanceret, hvor hele eller store dele af detailledet forventes at deltage, og derfor stilles andre dyrevelfærdsmærker i venteposition (kilde: Lars). Initiativet blev offentliggjort i september 2013 som et brancheinitiativ, der omfatter primærproducenterne, slagterierne, kødindustrien og alle betydende dele af detailhandelen (såvel discount som fuldpris). Producenterne skal opfylde en række basiskrav og kan herudover selv vælge hvilke ekstrakrav, de ønsker at opfylde. Initiativet ventes iværksat i 2015. Der bliver ikke tale om en mærkning af produkterne, men detailhandelen kan anvende afstemte udsagn som f.eks. "Ved køb af svinekød eller pølser fra vores sortiment understøtter De initiativet vedrørende mere dyrevelfærd". Der vil således heller ikke være en prisdifferentiering mellem TWI produkter og standard produkter. Det er hensigten, at producenterne meromkostninger skal dækkes af pristilskud, der finansieres af en fælles fond, hvis indtægter kommer fra detailhandelen.

Den tyske regering er positivt indstillet over for dyrevelfærdsmærkerne, men har ingen intentioner om at indføre et officielt dyrevelfærdsmærke. Alle dyrevelfærdsmærker og økologimærker i Tyskland er private.

Det ældste og mest udbredte dyrevelfærdsmærke er Neuland (kilde: Lars), som også indeholder krav til, at kødet er lokalt produceret på små eller mellemstore gårde. De tre andre velfærdsmærker er meget nye og tilbyder alle to niveauer af dyrevelfærd. Der er mest fokus på at få det første niveau udbredt. Vier Pfoten er en international dyrevelfærdsorganisation med hovedsæde i Østrig og foreløbig har kun kyllingeprodukter været markedsført.

Det tyske økologiske marked er kendetegnet ved ikke at være samlet i et nationalt økologisk mærke, men i stedet at bestå af flere små økologiske mærker. Bioland, Biopark og Naturland sælges mest i supermarkeder og hos udvalgte slagtere, mens Demeter's typiske salgsform er gårdsalg. Internetsalg anvendes kun i lille omfang (kilde: Friedrich). Der er ca. 20 forskellige organer, der kan certificere økologi³⁵. I tabel 4.2 opsummeres forskelle mellem Neuland, økologi og de to forskellige niveauer af Tierschutz-mærket.

³⁵ <http://www.oekolandbau.de/service/adressen/oeko-kontrollstellen/>

Tabel 4.2 Oversigt over forskelle af krav til forskellige dyrevelfærdsmærker for svinekød i Tyskland i 2014

krav	Neuland	EU økologi	Tierschutz einsteig	Tierschutz premium
plads (svin)	inde + ude (m ²) < 60kg: 0,5 + 0,3 < 120kg: 1,0 + 0,5 > 120kg: 1,6 + 0,8	inde + ude (m ²) < 50 kg: 0,8 + 0,6 < 85 kg: 1,1 + 0,8 <110 kg: 1,3 + 1,0 >110 kg: 1,5 + 1,2	inde (m2) < 40 kg: 0,55 < 120 kg: 1,1 > 120 kg: 1,6	inde (m2) < 50 kg: 0,5 + 0,3 < 120 kg: 1,0 + 0,5 > 120 kg: 1,5 + 0,8
krav om udendørs	ja	Ja	nej	ja, evt. overdækket
opdeling af stald	opdelt liggeareal og gødningsområde, spaltegulv forbudt	opdelt rodeområde og gødningsområde	opdelt aktivitets- og gødningsområde, ingen fodring i ligge- og aktivitetsområde	opdelte områder, spaltegulv forbudt, ingen fodring i ligge- og aktivitetsområde
strøelse	skal dække hele gulvet	i liggeområde	ingen krav	halm i liggeområde
berigelse	halm, mængde afhænger af udendørs temperatur	halm	automater med halm eller lign. og andet organisk materiale	halm
klima/afkøling	OK via krav om udendørs adgang	OK via krav om udendørs adgang	afkølingssystem	OK via krav om udendørs adgang
dyrebaseret velfærdsindikatorer	er ved at blive indført	ingen krav	test af indikatorer på slagteri (pulvory og leverlæsioner) og på bedrift (halebid), skal indføres 2015	test af indikatorer på slagteri (pulvory og leverlæsioner) og på bedrift (halebid), skal indføres 2015
syge dyr	sygestier	sygestier	sygestier 4 % af besætning	sygestier 4 % af besætning
kirurgisk kastration	Tilladt m. bedøvelse	Tilladt med bedøvelse	tilladt m. bedøvelse	tilladt m. bedøvelse
halekupering	forbudt	forbudt	forbudt, overgangsordning til 31/12 2015	forbudt
antibiotika	ikke forebyggende	ikke forebyggende, max krav og forlænget tilbageholdelse	ikke forebyggende, ekstra tjek hvis mere end 30 % af besætning behandles	ikke forebyggende, ekstra tjek hvis mere end 30 % af besætning behandles
besætningsstørrelse	slagtesvin: 950 søer: 150 begge: 500 slagtesvin og nok søer	14 slagtesvin per ha (ingen absolut grænse)	3000 slagtesvin per ejer	2000 slagtesvin per ejer
genmodificeret foder	forbudt	forbudt + 20 % af foder skal være hjemmeproduceret	forbudt	forbudt

Kilde: Claudia

De store supermarkeds kæder i Tyskland er Edeka, Metro, Lidl, Aldi og REWE. Edeka er Tysklands største supermarked med en markedsandel på 26 % (se en oversigt i tabel 4.3). Edeka har en række private mærker såsom Gut & Günstig og Edeka Bio. Vi har ikke fundet ud af hvilke typer svinekød, der er i de to serier. Edeka har deres eget mærke for svinekød i Nordtyskland, "Gutfleisch", men baseret på en google-søgning garanteres der lokale producenter og fuld sporbarhed i mærket, mens det ikke er tydeligt, om der

garanteres dyrevelfærd udover lovgivningen. Aldi, som består af Aldi Nord og Aldi Süd, sælger ligeledes produkter af svinekød under en række private mærker: Gut Bio (økologiske), Gut Drei Eichen, Landbeck, Rolffes, Sölde.

Tabel 4.3 Oversigt over de største supermarkeder i Tyskland 2013

supermarked	markedsandele 2013 ³⁶	mærker
Edeka	26 %	3 serier (Gut&Günstig, Edeka Bio, Edeka Premios)
Lidl (Schwartz-gruppen)	15 %	
REWE	15 %	2 serier (ja! og REWE)
Aldi (består af Aldi Nord og Aldi Süd)	12 %	(Gut Bio; Gut Drei Eichen, Landbeck, Rolffes, Sölde)
Metro	6 %	
Lekkerland	4,6 %	

Dyrevelfærdsmærker

Für Mehr Tierschutz

Organisering

Dyrevelfærdsmærket Für Mehr Tierschutz er udsprunget af arbejdet i arbejdsgruppen bag Initiativen zum Tierwohl, som var et initiativ fra Universitetet i Göttingen. Hensigten var at tilbyde et dyrevelfærdsmærke, der garanterede bedre dyrevelfærd end lovgivningen, men som prismæssigt lå under økologimærket (kilde: Claudia). I juni 2011 offentliggjorde gruppen deres første ideer, hvor bl.a. Deutscher Tierschutzbund blev fastlagt til at være den organiserende institution. I efteråret 2012 meddelte Deutscher Tierschutzbund, at de (også) ville markedsføre deres eget mærke fra 2013, og nogenlunde samtidigt blev mærkningsordningen Vier Pfoten introduceret (kilde: Claudia). Der synes at være stort overlap mellem mærkerne Tierschutz og Vier Pfoten (kilde: Lars). Mærket omfatter slagtefjerkræ og svin og har to niveauer:

- Einstieg med 1 stjerne
- Premium med 2 stjerner



Deutscher Tierschutzbund foretager audit af mærket "Für Mehr Tierschutz".

³⁶ Kilder for markedsandele: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/4916/umfrage/marktanteile-der-5-groessten-lebensmitteleinzelhaendler/> og http://www.aldi-nord.de/aldi_unsere_marken_229.html

Krav

Basismærkets krav omfatter bl.a. mere plads, staldindretningskrav og beskæftigelsesmuligheder. Basiskriterierne omfatter herudover krav vedrørende

- indretning af funktionsområder: ligge-, aktivitets-, gødnings-
- pladser til fodring og vanding
- staldklima
- lys
- kontrol
- behandling af sygdomstilfælde
- transporttid
- transportbetingelser
- omgang med dyrene (forbud mod elektrisk stav)
- slagteriernes behandling af dyrene
- ingen halekupering
- kastration kun med bedøvelse (ikke blot smertelindring).

Det første niveau, "Einstieg", har således krav, der er overkommelige for konventionelle landmænd at opfylde, idet kravene typisk kan efterkommes i eksisterende stalde (Kilde: Lars). Premium-niveauet kræver bl.a. udendørs adgang, at dødeligheden er under 3 %, og at følgende pladskrav er opfyldt:

- under 50 kg skal have 0,5 m² per dyr, heraf liggeareal 0,25 m²
- under 120 kg skal have 1 m² per dyr, heraf liggeareal 0,6 m²
- over 120 kg skal have 1,5 m² per dyr, heraf liggeareal 0,9 m².

Premium standard er indrettet, så Neuland og økologiske produkter opfylder kravene til mærket. Tierschutz stiller også krav til slagterierne og er dermed på nogle punkter mere omfattende end de økologiske standarder. Neuland er dog ved at ændre deres standarder, så de i fremtiden også kommer til at omfatte krav til slagterierne (kilde: Claudia).

Det er hensigten løbende at udvikle basisniveauet (einstieg). Overordnet er det en udfordring at opfylde kravene om faste gulve i liggearealerne. Problemet er, at underlaget bliver for fugtigt, når det bliver for varmt. En anden udfordring i begge niveauer er, at der er problemer med halebid blandt smågrise. Derfor er forbud mod halekupering ikke inkluderet i mærkets krav endnu. Der arbejdes på en løsning, men foreløbig ser det ud til, at det kommer til at koste det dobbelte i ekstraomkostninger, fordi hver gris skal have mere plads. Dvs., enten skal der bygges nye stalde, eller antallet af søer skal reduceres. Der er færre/ingen problemer med halebid i ikke-kuperede haler hos slagtesvin (kilde: Lars).

Udbredelse

Det tyske Tierschutz-mærke har indtil nu kun beskeden udbredelse i ca. 8000 supermarkedsfilialer³⁷. Det er kun lokale landmænd, der er med i ordningen (kilde: Sabine).

Slagterivirksomheden VION er involveret i mærket Für Mehr Tierschutz og aftager 800 svin per uge fra i alt 15 lokale tyske landmænd (kilde: Heinz). Det svarer til ca. 40.000 svin om året.

Disse oplysninger er yderligere uddybet af en kilde fra Deutcher Tierschutzbund på fem svineproducenter med 1 stjerne og to producenter har 2 stjerner (premium). Herudover er yderligere ni svineproducenter i færd med at gøre klar til premium-niveau, hvilket summerer til 16 producenter (kilde: Claudia). Oplysningerne fra de to kilder stemmer stort set overens, hvis de ni producenter, der er ved at omlægge til premium allerede på nuværende tidspunkt producerer med 1 stjerne.

Da mærket blev lanceret, var der 14 slagtekyllingeproducenter, der producerede kyllinger efter kravene til 1 stjerne (einstieg). I dag er dette tal vokset til 38 slagtekyllingeproducenter (kilde: Claudia).

Varer mærket med "Für Mehr Tierschutz" sælges typisk i supermarkeder og discountbutikker. Nogle kæder sælger produkterne i alle deres butikker, mens andre kun sælger dem mere regionalt (kilde: Claudia).

Vier Pfoten



Organisering

Vier Pfoten (fire poter) er en international dyreværnsorganisation med hovedsæde i Wien (organisationen er grundlagt i Østrig) og med deltagere fra i alt 11 lande. Uden for Østrig har Vier Pfoten størst udbredelse i Tyskland, efterfulgt af Schweiz, UK, Bulgarien, Rumænien, Ungarn, Belgien, Holland, Sydafrika og USA. I Tyskland er der 41 ansatte i organisationen, mens hovedsædet i Wien har 76 ansatte (kilde: Ina og³⁸).

Vier Pfoten er et privat mærke. Certificering foretages af ISAcert (Holland), agroVet (Østrig) og Abcert (Tyskland). Kontrollørerne er professionelle kontrollører, som er blevet undervist i dyrebaserede velfærdsmålinger for Tierschutz-kontrolliert af Wageningen Universitet (kilde: Ina). Vier Pfoten blev lanceret umiddelbart efter Für mehr Tierschutz (kilde: Ina).

Krav

³⁷ Fødevarestyrelsen (2014). Dyrevelfærdsmærkning. Notat 14. marts 2014.

³⁸ <http://www.vier-pfoten.org/en/about-us/offices/austria/>

Vier Pfoten har et mærke på to niveauer, som er sammenligneligt med "Für Mehr Tierschutz" med henholdsvis 1 (godt) og 3 stjerner (meget godt). Kravene dækker slagtesvineproduktion samt transport og slagtning. Standarderne anvender også dyrebaserede måleparametre (både på bedriften og på slagteriet).

Udbredelse

Vier Pfoten har været i salg siden november 2012. Der markedsføres foreløbig kun kyllingeprodukter under Vier Pfoten-mærket, og foreløbig er der kun markedsført produkter med 1 stjerne. Kyllingeprodukterne sælges i supermarkedskæderne Kaufland, Galeria Kaufhof og i nogle Edeka-butikker.

Initiativen zum Tierwohl

Organisering

Initiativen zum Tierwohl (TWI) er et brancheinitiativ, der startede i september 2013. Initiativet omfatter primærproducenterne, slagterierne, kødindustrien og alle betydende dele af detailhandelen (såvel discount som fuldprijs).

Med i initiativet er kæderne REWE, Penny, Lidl, Kaufland, Aldi Nord, Aldi Süd, Kaisers Tengelmann, Netto, Edeka og Metro-datterselskabet Real. Selv om andre store supermarkedskæder i Metro-koncernen, Norma, Globe, Familia, Citti, Hit og Coop endnu ikke er med, så dækker initiativet 85 procent af svinekød solgt i supermarkeder. Brancheaftalen er underskrevet i august 2014 og godkendt af konkurrencemyndighederne³⁹. Også slagterierne/forarbejdningsvirksomhederne VION, Tönnies og Westfleisch, dyreværnsorganisationen Provieh samt QS, som er en bredere kvalitetscertificeringsvirksomhed og skal stå for certificeringen, er med i initiativet.

De ekstra produktionsomkostninger dækkes af en fond, som hovedsagelig finansieres af detailhandlen. Det er fastlagt, at detailkæderne betaler 4 cent per kg fersk kød (inklusiv hakket kød og pølser) til fonden. Det er op til de enkelte supermarkeder i hvilket omfang, de vil lade forbrugerne betale i form af højere priser. Der forventes at være en pulje på 65 mio. euro om året de første tre år⁴⁰. Der synes dog stadig at være usikkerhed om, hvordan midlerne skal fordeles blandt producenterne, hvis loftet nås. En mulig løsning er i spil, hvor der kun garanteres en bonus for de fastsatte mindstekrav⁴¹. Detailkæderne skal betale et indgangsbetrag på ca. 800.000 euro ved initiativets start. Producenterne binder sig for tre år, og der er sanktioner, hvis kontrakterne ikke overholdes⁴².

Der bliver **ikke** i forbindelse med initiativet etableret et nyt mærke. Detailhandelen ønsker kun to produktkategorier: økologi og konventionelt. Den enkelte forbruger ved altså ikke, om det stykke kød, han tager op af køledisken, er produceret under højere dyrevelfærdskriterier eller ej. Både for detailhandelen og landbruget er målet, at en stigende del af de konventionelle produkter bliver produceret under de bedre

³⁹ <http://www.provieh.de/Initiative-fuer-Tierwohl>

⁴⁰ Se fodnote 39

⁴¹ <http://www.topagrar.com/news/Schwein-News-Schwein-Initiative-Tierwohl-Steht-Unterzeichnung-kurz-bevor-1484686.html> og Initiative zum Tierwohl Schwein: Branchenvereinbarung (Stand: 20. Juni 2014).

⁴² Se fodnote 39

dyrevelfærdsmæssige forhold, som initiativet medfører. Det aftalte budskab er "wir sind auf dem Weg". Selvom der ikke bliver tale om "mærkning", kan detailhandelen anvende afstemte udsagn som f.eks.: "Ved køb af svinekød eller pølser fra vores sortiment understøtter De initiativet vedrørende mere dyrevelfærd".

Stridspunktet mellem dyrevelfærdsorganisationen Deutsche Tierschutzbund og brancheinitiativet er, at Tierschutzbund ønsker, at landmændene skal investere mere i dyrevelfærd, men primært selv finansiere udgifterne. Samtidig kræver Tierschutzbund strammere lovgivningskrav. De tyske svineproducenter, der har tilsluttet sig Initiativen zum Tierwohl, argumenterer derimod for frivillighed og mindre skridt, der kan medfinansieres over detailhandelens bidrag (kilde: Fødevarestyrelsen).

Landbrugsorganisationen Bauernverband har oplyst, at et lignende initiativ er under overvejelse i Holland hos de hollandske landbrugsorganisationer LTO, og at Bauernverband også har haft kontakt til Landbrug & Fødevarer om initiativet (kilde: Fødevarestyrelsen).

Krav

Alle producenter skal opfylde en række basiskrav, og herudover kan producenterne vælge, hvilke ekstrakrav de ønsker at opfylde. De producenter, der deltager i Initiativen zum Tierwohl, betales for deres ekstra dyrevelfærdsmæssige indsats (det giver en grundbonus på 500 euro per bedrift) og vælger selv de konkrete indsatsområder ud fra et katalog. De tilskud, der ydes, er fastlagt på basis af omkostningsberegninger fra driftsøkonomikonsulenter i landbruget. Producenter af slagtesvin skal vælge ekstra tiltag svarende til mindst 3 euro, mens smågriseproducenter skal vælge ekstra tiltag for mindst 2 euro.

Detailhandelen har som den betalende part forbeholdt sig ret til at justere beløbene for at kunne justere incitamenterne. F.eks. er der fastsat en "høj" bonus for opdræt af ikke-kastrerede handyr, selvom denne produktionsform også bringer driftsøkonomiske fordele for landmanden. Årsagen er detailhandelens eksplicitte interesse i dette kriterium.

Der er lidt forskellige elementer, der udløser bonus i smågrise- og slagtesvineproduktion (se nedenfor). Der ydes følgende tilskud⁴³:

- Basiskrav, der skal opfyldes (grundbonus er 500 euro per bedrift)
 - Deltagelse i QS-kvalitetssystemet, der bl.a. omfatter
 - årlig kontrol (audit)
 - antibiotika-overvågning
 - vurdering af kødkontrolldata
 - staldklimatjek
 - drikkevandstjek
 - dagslys
- Valgfrie elementer og bonus i slagtesvineproduktionen
 - 10 % mere staldplads 2,80 euro
 - 20 % mere staldplads 4,00 euro
 - 40 % mere staldplads 8,00 euro
 - grovfoder 2,00 euro
 - ikke-kastrerede hangrise 1,50 euro

⁴³ Se fodnote 37

- | | |
|--|-----------|
| ○ automatisk luftkøling | 0,20 euro |
| ○ organisk beskæftigelsesmateriale | 1,00 euro |
| ○ drikke fra det åbne område | 0,70 euro |
| ○ gnubbemuligheder | 0,60 euro |
| ○ komfortliggeplads | 2,50 euro |
| ○ stistruktur | 0,20 euro |
| ○ åben frontstald | 1,00 euro |
| ○ udløb | 1,00 euro |
| ○ ingen halekupering (smågriseproducent og slagtesvineproducent udgør 1 enhed; faglig rådgivning skal ledsage projektet; opfyldelsesgrad mindst 70 %; bonus til deling mellem producenterne: 6 euro) | |
- Valgfrie kriterier for smågriseproducenter (sohold)

○ 10 % mere plads	1,40 euro
○ 20 % mere plads	2,20 euro
○ 40 % mere plads	2,40 euro
○ grovfoder i løsdrift og organisk redebygningsmateriale	0,90 euro
○ kastration med virksom smerteforhindring	1,50 euro
○ organisk beskæftigelsesmateriale	1,15 euro
○ drikke fra det åbne område ved løsdrift	0,07 euro
○ drikke fra fareområdet	0,18 euro
○ gnubbemulighed	0,05 euro
○ løsdrift efter 6 dage	1,40 euro
○ 4 uger fravænning	1,00 euro
○ afdækket fareområde	0,10 euro
○ rodejord for smågrise	0,33 euro
○ komfortliggeplads i ventestald	0,80 euro
○ løsdrift i forestald	2,00 euro
○ åben frontstald	0,30 euro
○ udløb	0,60 euro

Kataloget af kriterier vil blive taget op til vurdering efter 3 år (kilde: Sabine).

Det relativt høje tilskud for undladelse af halekupering er fastsat på baggrund af dårlige erfaringer med hidtidige projekter. Producenterne skal først for en mindre gruppe dyr bevise, at man har styr på projektet. Det er således ikke tilladt straks at tilmelde hele bedriften.

Afgørende, for at initiativet bliver en succes, er

- at bonuselementerne til svineproducenterne giver tilstrækkeligt incitament,
- at de udvalgte kriterier accepteres af offentligheden og forbrugerne som bedre dyrevelfærd,
- at initiativet er finansielt bæredygtigt for detailhandelen og forbrugerne.

Detailhandelens finansiering følger som anført af den løbende omsætning. Da detailhandelen næppe forestiller sig at reducere sit eget overskud, kan den reelle finansiering frembringes ved

- lavere indkøbspriser hos landmændene
- effektivisering i forarbejdnings- og handelsleddet
- at lade forbrugerne betale – altså marginalt højere priser, hvilket er muligt, fordi mindst 75 % af detailhandelen deltager i initiativet.

Med henblik på at gøre Tierwohl-kriterierne mere transparente har detailhandelen forlangt stærkere inddragelse af kødkontrolldata. De deltagende landmænd skal kun have ret til bonusbetalinger, hvis man opfylder et dyrevelfærdsindeks, som bliver beregnet på basis af kødkontrolldata.

Udbredelse

Initiativet forventes at blive lanceret i 2015.

Neuland



Organisering

Neuland, som blev grundlagt i 1989, er det ældste dyrevelfærdsmærke i Tyskland. Mærket indeholder også krav til fair trade og miljøpåvirkning, samt om produktionen foregår hos lokale, små virksomheder. Neuland har således fokus på regional produktion med korte og gennemsigtige distributionskanaler. Neuland er en sammenslutning af fem miljø-, dyrevelfærds- og landmands-ngo'er (Deutscher Tierschutzbund e.V., ABL - Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V., Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V., Verein für Tiergerechte und Umwelt).

Neuland er et privat mærke, der kontrolleres af Deutscher Tierschutzbund.

Det er hensigten, at de højere produktionsomkostninger skal tjenes ind via højere produktpriser⁴⁴. Neuland omfatter krav til produktion af lammekød, oksekød, kyllinger, æg og svinekød.

Krav

Neuland har principper (og krav) til hensyntagen til

- dyrevelfærd
- miljøpåvirkning
- fair trade over for tredjeverdens lande (det betyder at man ikke vil importere soja fra tredjelande)
- små og mellemstore virksomheder.

De har detaljerede regler for svin, køer, får, fjerkræ og æglæggere. Deres standarder er ret høje og kan sammenlignes med de økologiske standarder.

Udbredelse

⁴⁴ <http://www.neuland-fleisch.de>

Der er omkring 200 Neuland-producenter, og det har der stort set været siden 2006. De ligger hovedsagelig i Westfalen, Niedersachsen og i Sydtyskland. I 2008 var der 180 producenter, heraf var 90 slagtesvineproducenter og 35 sobesætninger. I 2008 var antallet af søer under Neuland 33.275.

Gennemsnitsprisen for et slagtesvin var i 2008 121 % ift. konventionel⁴⁵.

Økologi

Økologiske produkter i Tyskland har samlet set en markedsandel på ca. 4 % (kilde: Poul). Ses udelukkende på svineproduktionen, så er knap 1 % af de slagtede svin i Tyskland økologiske. Mere nøjagtigt, ifølge BÖLW 2013 blev der slagtet 250.000 økologiske svin i 2011 svarende til 0,7 %⁴⁶.

Bio-Siegel



Mærkningsordningen har eksisteret siden 2001. Varer, der bærer Bio-Siegel-mærket, overholder EU's standarder for økologisk fødevarerproduktion. De tyske landbrugsmyndigheder udsteder mærket og fører kontrol med, om producenter og fabrikanter overholder økologistandarderne. Herudover er der en række private økologimærker i Tyskland. Alle private økologimærker opfylder EU-kravene, men kan have egne ekstra krav, der skal opfyldes. Eksempelvis har Bioland, Naturland og Demeter en øvre grænse på 10 svin per hektar per år mens Bio-Siegel tillader 14 svin per hektar per år. En oversigt over økologiske brug (ikke kun svineproducenter) opdelt efter hvilken økologisk forening, de tilhører, ses i tabel 4.4. Det er ikke undersøgt i hvor stor udstrækning, både det officielle Bio-Siegel og de private økologiske mærkers logoer anvendes.

⁴⁵ Kilchsperger, R., Schmid, O. & Hecht, J. (2010). *Animal welfare initiatives in Europe: Technical report on grouping method for animal welfare standards and initiatives*. Final Report D 1.1. Research Institute of organic agriculture (FiBL), Lelystad, Holland. http://www.econwelfare.eu/publications/EconWelfareD1.1-final_updateOct2010.pdf

⁴⁶ BÖLW, Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (2014). *Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2014*, side 6-7. http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF_2014_BOELW_Web.pdf

Tabel 4.4 Oversigt over økologimærker i Tyskland og deres udbredelse i 2013⁴⁷

økologi mærke	antal bedrifter i alt 2013
Biokreis	975
Bioland	5.783
Biopark	635
Demeter	1.449
Ecoland	36
Ecovin	250
Gää	355
Naturland	2.616
Verbund Ökohöfe	151
i alt	12.250

Bioland



Bioland blev grundlagt i 1971 af økologiske landmænd og er i dag Tysklands største økologiske organisation. Organisationen tilbyder rådgivning, marketingshjælp, uddannelse og information til producenter i Tyskland og Sydtyrol (i Italien). Desuden repræsenterer de landmænd politisk i Berlin og Bruxelles. Bioland-mærket certificerer landmænd og forarbejdningsevirkomheder gennem en uafhængig kontrol. Biolands krav går i nogle tilfælde ud over den europæiske lovgivning for økologiske landbrug og dækker alle slags dyr⁴⁸. Se mere om krav til de enkelte dyr på Biolands hjemmeside⁴⁹.

Der var 5.783 økologiske producenter organiseret i Bioland i 2013, svarende til knap halvdelen af alle økologer. Det er dermed langt den største af de økologiske foreninger.

Naturland



Naturland er en økologisk forening grundlagt i 1982, der er aktiv hovedsagelig i Tyskland, men også i andre lande. Naturland dækker alle landbrugsdyr. Naturlands regler ligger tæt op ad EU's regler for økologiske landbrug. Der er ingen særlig ideologi. Inspektion foretages af et uafhængigt certificeringsinstitut.

I 2008 var der 200 slagtesvineproducenter i Naturland, svarende til 14.646 slagtesvin (ud af de i alt 2005 landbrug under Naturland). Prisen for 100 kg Naturland-slagtesvin er 284 euro⁵⁰.

⁴⁷ Kilde: se fodnote 46

⁴⁸ Referencen i fodnote 45

⁴⁹ <http://www.bioland.de/wissen/biotiere.html>

⁵⁰ Se fodnote 45

Biokreis



Biokreis Verband für ökologischen Landbau und gesunde Ernährung startede i 1979 i det østlige Bayern. Biokreis opfylder EU-krav samt nogle ekstrakrav.

Medlemmerne omfatter ca. 1.000 landbrug samt 100 forarbejdningsevksomheder og omkring 200 forbrugere.

Demeter



Demeter er en global biodynamisk organisation, grundlagt i 1928 af landmænd, der sympatiserede med Rudolph Steiners tanker. Der er standarder for alle dyr, og de certificeres af en uafhængig instans. Der var i alt 1.341 certificerede Demeter-landbrug i 2007, og der blev produceret 6.000 slagtesvin og 400 søer i 2007. Der skal være hov- eller klovbærende dyr på ejendommen. Det er hensigten, at de højere produktpriser og offentlig støtte.

PROVIEH



Provieh er grundlagt i 1973 og dermed Tysklands ældste dyrevelfærdsorganisation. Formålet med PROVIEH er at lobbye for dyrevelfærd på nationalt og EU-niveau. Provieh er så vidt vides en organisation, der kæmper for dyrevelfærd — de har ikke deres eget mærke, men de vil gerne have et bedre mærkningssystem for dyrevelfærd med passende velfærdsindikatorer. Provieh arbejder på at få indført en EU-mærkningsordning, så forbrugerne ikke forvirres, men mener der går noget tid (Kilde: Sabine).

Supermarkedernes egne mærker

Edeka er Tysklands største supermarked med en markedsandel på 26 % (4.100 butikker). Edeka blev grundlagt i 1898 som **E.d.K.** (Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler). Edeka har en række private mærker såsom Edeka, Edeka Bio, Gut & Günstig. De bruger deres eget økologiske mærke Edeka Bio.



REWE har deres egne mærker, Ja! og REWE. Se i øvrigt under sammendraget i tabel 4.3 for flere oplysninger om supermarkederne i Tyskland.

Vion



Vion er en fødevarevirksomhed i Tyskland og Holland, som har dyrevelfærd som en af deres mærkesager. De har en god engelsk hjemmeside. De har indført deres eget dyresundhedskrav "animal health management" som en udvidelse af "good farming star", som opfylder Beter Leven 1 star. VION er med i Initiativen zum Tierwohl.

Kapitel 5 Holland

Sammendrag Holland

Den samlede svineproduktion i Holland var i 2012 på 14,3 mio. slagtninger svarende til 1.331.000 tons svinekød⁵¹. Over 60 % af svinekødet eksporteres og herudover eksporteres en del smågrise — særlig til Tyskland⁵². Dermed er knap 40 %, svarende til ca. 5,5 mio. svin, slagtet til hollandsk forbrug. Forbruget var i 2012 på 686.000 tons⁵³. I alt blev 252.300 tons svinekød importeret, hvoraf 100.000 tons blev reeksporteret, og 152.000 tons indgik i hollandsk forbrug⁵⁴.

Kort sagt, ca. 60 % af den hollandske produktion af svinekød eksporteres, og ca. 22 % af det hollandske forbrug af svinekød var importeret.

De væsentligste mærker for svinekød med ekstra dyrevelfærd i Holland er listet nedenfor:

- Beter Leven (generelt dyrevelfærdsmærke med tre niveauer)
- Good farming welfare, Krull-Varkenvlees, de Heydehoeve, Friemar-Friberne (industriens egne mærker med mellemniveau af dyrevelfærd)
- Scharrelvarken, Livar (industriens egne mærker med premium-niveau af dyrevelfærd)
- KDV og Milieukeur Varkenvlees (industriens egne mærker, bredere bæredygtighedsmærker)
- EKO (økologimærke)

Herudover har der siden 1995 været en kvalitetsordning, IKB Varken, som dækker ca. 90 % af produktionen (altså inklusive eksport, men det er ikke helt bekræftet), og som ikke markedsføres direkte over for forbrugerne⁵⁵. IKB Varken fokuserer på sporbarhed, fødevarer sikkerhed og veterinær hygiejne, mens dyrevelfærdskrav følger lovgivningen.

I en årlig rapport om fødevarerproduktion fra det hollandske økonomiministerium⁵⁶ angives, at bæredygtigt svinekød svarende til ca. 1 BL-stjerne havde en værdi af 196 mio. euro ud af de samlede salg af svinekød på 483 mio. euro i 2012. Det svarer til, at 40 % af svinekødet, der omsættes i Holland er bæredygtigt. Tabel 5.1 viser en oversigt over de nævnte mærker i Holland.

En meget stor andel af dette svinekød er Beter Leven-certificeret, således at Beter Leven certificeret svinekød udgør 36 % af det hollandske svinekødsforbrug hvoraf langt det meste er certificeret med 1 BL-stjerne resten med 2 eller 3 BL-stjerner (kilde: Poul, Bert). Beter Leven er langt det mest udbredte dyrevelfærdsmærke i Holland. Ifølge en hollandsk kilde er det meget udbredt at anvende Beter Leven-mærket sammen med eget mærke i de tilfælde, hvor mærkerne lever op til Beter Leven-standarderne (kilde: Bert).

⁵¹ PVE (2013). Vee, vlees en eieren in Nederland: Kengetallen 2012 in Nederland: Kengetallen 2012, side 27.

http://www.pve.nl/wdocs/dbedrijfsnet/up1/ZamyibaJK_432680PVEpromoNL_LR_definitief.pdf

⁵² Hilkens, W., Dijkman, N., Backus, G. & Klep, L. (2014). *In concept naar consument: veranderende vleesmarkt kaans voor ketens*. ABN Amro, Holland, side 12. <https://insights.abnamro.nl/concept-consument/>

⁵³ Se fodnote 52

⁵⁴ Opdelingen er estimeret ud ovenstående samt yderligere oplysninger referencen i fodnote 51

⁵⁵ Landbrug & Fødevarer (2014c). *Svineproduktion i et europæisk perspektiv (Danmark, Sverige, England, Tyskland, Holland, Belgien og Polen)*, version 3.

⁵⁶ Ministerie van Economische Zaken (2013). *Monitor Duurzaam Voedsel 2012*. side 37-38.

Tabel 5.1. Oversigt over de væsentligste dyrevelfærdsmærker for svinekød i Holland i 2013⁵⁷

Mærke	Indført	Antal trin	Udbredelse	Kædenavn ⁵⁸	Relation til Beter Leven (BL) ⁵⁹
IKB Varken	1995	1	90 % af produktionen, dvs. ca. 12 mio. svin		Mest fødevarer sikkerhed og veterinær hygiejne - dyrevelfærd stort set lovkrav, lavere end 1 BL-stjerne
Good Farming Star	2009	1	1 mio. svin eller 18 % af hjemmemarkedsproduktionen	B2B-slagteri Vion	1 BL-stjerne
Good farming welfare		1	1 mio. svin (150 landmænd)	B2B-slagteri Vion	Lavere end 1 BL-stjerne, eksporteres til UK
Krull - Varkenvlees	2006	1	16.000 svin	B2C, få landmænd med et lille slagteri	1 BL-stjerne
Keten Duurzaam Varkenvlees (KDV)	2011	1	0,9 mio. svin (300 svineproducenter), 16 % af hjemmemarkedsproduktionen	B2B og B2C, De Hoeve	nogle har 1 BL-stjerne, resten har lavere niveau end 1 stjerne
Milieukeur	1997 / 2006 dyrevelfærd	1	0,7 mio. svin (157 landmænd), 13 % af hjemmemarkedsproduktionen	B2C, ngo	lavere end 1 BL-stjerne
Friever-Friberne	2002	1	40.000 svin	B2B, dels B2C, landmænd med slagteri, Friever	Lavere end 1 BL-stjerne
de Heydehoeve	2000	1	18.000 svin	Cooperative de Heydehoeve	Lavere end 1 BL-stjerne
Scharrelvarken	1987	1	8.000 svin	B2C, få landmænd med et slagteri, Bont Vivant	Udendørs opdræt, 2 BL-stjerner
Livar	1999		8.000 svin	B2C, få landmænd, Livar	Udendørs opdræt, har ansøgt om 3 BL-stjerner
Økologisk (EKO)			127.065 (121 landmænd), 1-2 % af hjemmemarkedsproduktionen	Oftest hos VION, certificeres af SKAL	3 BL-stjerner

1 Beter Leven-stjerne forholder sig til basale dyrevelfærdskrav som mere plads, 2 stjerner svarer til frilandsopdræt og har øgede krav undtagen på kastration, som er tilladt med bedøvelse ved 2 stjerner, men ikke ved 1 stjerne. Ved 3 stjerner svarer kravene til kravene i den økologiske produktion. Kastration er

⁵⁷ Beskrivelserne af de fleste mærker er fra referencen i note 52, side 13. Kolonnerne 'indført' og 'niveau' er taget fra landekapitlerne, der beskriver de enkelte mærker. EKO (økologiske produkter) er imidlertid indsat i stedet for De Groene Weg (slagtere med høj andel af økologisk salg).

⁵⁸ B2B = business-to-business, B2C = business-to-customer

⁵⁹ Mærkernes relationer til Beter Leven-stjerner er oplyst af Bert (se tabel 2.1)

tilladt med bedøvelse ved 3 stjerner. Forskelle mellem de 3 forskellige niveauer af Beter Leven samt forskellen til den nationale lovgivning er sammenfattet i tabel 5.2.

Dvs., at knap 40 % af det hollandske forbrug af svin stammer fra svin med mere plads indendørs, der ikke er kastreret (hvis det er 1 BL-stjerne) og får mere halm end lovgivningen tilskriver. Langt den største del af BL-certificeringerne er 1-stjernet, mens markederne for frilandsgrise og også markedet for økologisk svinekød er marginale, dvs. få procent.

Tabel 5.2 Oversigt over forskelle mellem Beter Leven og den hollandske lovgivning i forhold til svineproduktionen i 2014⁶⁰

	National lovgivning	Beter Leven 1	Beter Leven 2	Beter Leven 3
Indendørs plads	2,25 m ² /so 0,3 m ² /pattegris 0,7 m ² /slagtesvin	2,25 m ² /so 0,4 m ² /pattegris 1 m ² /slagtesvin	2,5 m ² /so 0,5 m ² /pattegris 1,2 m ² /slagtesvin	2,5 m ² /so 0,6 m ² /pattegris 1,3 m ² /slagtesvin
Adgang til udendørs arealer	Nej	Nej	1,9 m ² /so 1 m ² /slagtesvin	1,9 m ² /so 1,9 m ² so med pattegrise Græsning for drægtige søer 1 m ² /slagtesvin
Søer	Søer skal være løse i grupper fra senest 4 dage efter løbning og indtil 1 uge før faring	Søer fikseret under faring og diegivning	Søer fikseret maks. 5 dage efter faring	Søer fikseret maks. 3 dage efter faring
Beskæftigelse	Kæde	Træstamme, reb, rør med halm. Ved >40 søer: halm fra 2015	Halm	Halm
Gulv	60 % spalte, 40 % fast	60 % spalte, 40 % fast	50 % spalte, 50 % fast	50 % spalte, 50 % fast
Halekupering	Tilladt med smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Som lovgivning	Forbudt	Forbudt
Tandslibning	Tilladt	Tilladt med intention om at stoppe	Tilladt med intention om at stoppe	Tilladt med intention om at stoppe
Kirurgisk kastration	Tilladt m. smertelindring (bedøvelse efter 7 dage)	Forbudt	Som lovgivning	Som lovgivning
Transport	Ingen tidsgrænse	6 timer til bedrift 8 timer til slagteri	4 timer til bedrift 6 timer til slagteri	4 timer til bedrift 6 timer til slagteri

Den største supermarkeds kæde er Albert Heijn med en markedsandel på 34 %. Albert Heijn har siden 2011 kun forhandlet svinekød, der opfylder krav til mindst 1 Beter Leven-stjerne. Jumbo har opkøbt C1000 og er Hollands anden største supermarkeds kæde med en markedsandel på 17 %. Jumbo har en serie svinekød,

⁶⁰ Kilder: Fødevarestyrelsen og <http://beterleven.dierenbescherming.nl/voor-bedrijven/criteria>

der hedder Jumbo bewust, og som er 1-stjernet Beter Leven. Markedsandel for serien er ikke angivet⁶¹. Den tredje største kæde er discount-kæden Aldi med 8 % af fødevaremarkedet. I tabel 5.3 ses en oversigt over de største supermarkeds kæder i Holland.

Tabel 5.3 Oversigt over de største supermarkeds kæder i Holland i 2012⁶²

Supermarked	Markedsandel (2012)	Egne mærker	Ejes af
Albert Heijn	34 %	AH Huismerk svinekød (1 BL-stjerne) AH Puur& Eerlich Sharrel (2 BL-stjerner) AH Puur & Eerlich biologisch Varkenvlees (3 BL-stjerner)	Ahold
C1000 Jumbo	17 %	Jumbo Bewust	Jumbo overtog C1000 i 2011
Aldi	8 %		Aldi

Dyrevelfærdsmærker

Beter leven



Organisering

Det hollandske selskab for dyrenes beskyttelse (De Nederlandse Vereniging tot Bescherming van Dieren) har med støtte af det hollandske fødevareministerium etableret et nationalt dyrevelfærdsmærke, Beter Leven. Arbejdet med indførelse af mærket Beter Leven påbegyndtes i 2000 og fokuserede primært på slagtekyllingeproduktionen. I dag omfatter Beter Leven, udover slagtekyllinger, æglæggende høns, svin, kalve, kvæg og kaniner (kilde: Fødevarestyrelsen). Mærket blev efter opnået enighed med detailhandelen indført i 2007. I 2008 blev svineproduktionen omfattet af Beter Leven. I 2009 indførte supermarkeds kæden Albert Heijn det kommercielle mærke "pure&ehrlich", der dels omfatter økologiske produkter, men også et mellemprodukt, der er mærket med Beter Leven. Inspektion foretages en gang årligt⁶³.

Det offentlige er ikke involveret i certificering af mærket — det drives af den hollandske pendant til dyrenes beskyttelse. Beter Leven er nu en uafhængig certificeringsorganisation (kilde: Franck)

⁶¹ <http://www.passievoorfood.nl/detail/article/jumbo-bewust-een-verantwoorde-keuze/>

⁶² Kilde: USDA (2012). *The Benelux Food Retail Market*. Global Agricultural Information Network GAIN report BE2007. http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/The%20Benelux%20Food%20Retail%20Market_The%20Hague_Belgium%20%5Bwithout%20Luxembourg%5D_6-27-2012.pdf

⁶³ <http://suchdichgruen.de/bio-siegel/1462/beter-leven/>

Finansieringen foregår ved, at forbrugerne betaler en merpris for Beter Leven. Landmænd får enten dækket deres meromkostninger plus en bonus, eller de får en bedre afregningspris for deres svinekød⁶⁴.

Krav

Beter Leven er opdelt i 3 niveauer (stjerner). Forskelle mellem de 3 niveauer samt forskellen til den nationale lovgivning er sammenfattet i tabel 5.2.

I forhold til lovgivningen stiller 1 stjerne bl.a. krav om mere plads, ingen kastration, bedre beskæftigelsesmaterialer, kortere transporttid til bedrift og til slagteri. 2 og 3 stjerner kræver udover endnu mere plads også adgang til udendørs arealer, mere halm, kortere fikseringsperiode for søer og kortere transporttider. Derimod er kastrering tilladt under bedøvelse ved niveau 2 og 3.

Udbredelse

Beter Leven har i alt 350 producenter der er certificeret med 1 BL stjerne og 20 der har 2 BL stjerner. De foretager ikke særskilt auditering af økologiske svineproducenter som kan opnå den 3. BL stjerne så derfor anslås blot at langt de fleste af de økologiske svineproducenter også anvender BL mærket (kilde: Bert), hvilket er 121 producenter (kilde: Johan).

I 2010 var 18 store supermarkeds kæder og mere end 100 virksomheder og 500 primærproducenter en del af en Beter Leven-kæde (kilde: Fødevarestyrelsen). Der er følgende liste over supermarkeder, der forhandler Beter Leven: Albert Heijn, C1000, Coop, DEEN, JUMBO, Lidl, Plus, Sligro, Struik, Unox, VOMAR⁶⁵.

I de sidste 3 år er tilslutningen til mærket steget kraftigt, og det havde i 2012 en markedsandel for svinekød på 40,6 %, svarende til en omsætning på 196 mio. euro (kilde: Fødevarestyrelsen).

Beter Leven-organisationen estimerer, at i alt 15 millioner dyr blev produceret under dette mærke i 2012 — heraf er rigtig mange høns⁶⁶.

Good Farming Star



Organisering

Good Farming Star svinekød fra VION er rettet mod det hollandske hjemmemarked. Producenterne kan vælge mellem at få dækket omkostninger plus en bonus eller få en fast merpris per kg.

Krav

Good Farming Star svinekød kan opnå en Beter Leven-stjerne⁶⁷.

⁶⁴ <http://beterleven.dierenbescherming.nl/fileupload/20111219-varkensvlees-1-ster.pdf>

⁶⁵ Se fodnote 63

⁶⁶ Se fodnote 63

Udbredelse

Knap 160 svineproducenter deltog i ordningen i 2013 med ca. 1 mio. svin⁶⁸. Da produktionen til hjemmemarkedet ligger på ca. 5,5 mio. svin, svarer det til, at Good Farming Star udgør ca. 18 % af den hollandske produktion til hjemmemarkedet.

Good Farming Welfare

Organisering

God Farming Welfare fra VION er rettet mod det britiske marked for bacon og fersk kød såsom skinke. Good Farming Welfare-konceptet ligner Beter Leven, men kvalificerer ikke helt til at opnå en BL-stjerne. Producenter af Good Farming Welfare-grise får en merpris fra VION på 3 britiske pund over noteringen.

Krav

Svin leveres med en slagtevægt på 80-103 kg. Der er bl.a. krav om, at der skal være højst 17 mm spæk og mindst 54 mm muskel. Sporbarhed er også et vigtigt element inden for Good Farming Welfare. Velfærds-mæssigt er det væsentligste krav, at søer skal være gruppeopstaldet.

Udbredelse

En mio. slagtesvin.

Keten Duurzaam Varkenvlees



Organisering

Keten Duurzaam Varkenvlees (KDV) startede i 1997 med det formål at producere bæredygtigt svinekød. KDV er blevet et partnerskab mellem producenter, slagterier, grossister, slagtere, detailhandel, catering og kødproducenter. Svineproducenter får ingen yderligere kompensation. Filosofien er, at de ekstra omkostninger, der er ved produktionen, skal dækkes ved merpriser, der opnås ved bedre resultater og bedre kødkvalitet.

KDV er en lukket, 100 % hollandsk kæde. Kvalitet og sikkerhed søges garanteret af de kontinuerlige, uafhængige (eksterne) kontroller og certificeringer. Hvert stykke kød fra producent til butik kan spores.

Indtil for et par år siden producerede De Hoeve mærket Milieukeur Varkenvlees. Men for to år siden besluttede de Hoeve, at Milieukeur Varkenvlees ikke adskilte sig nok fra konventionelle produkter og

⁶⁷ Kilder: Bert (se tabel 2.1) og referencen i fodnote 52

⁶⁸ Referencen i fodnote 52, side 13

startede et nyt grønt mærke Keten Duurzaam Varkenvlees (KDV), og de har haft betydelig fremgang (kilde Gé).

Krav

Nogle KDV-produkter kan få en BL-stjerne, mens andre ikke helt lever op til kravene (kilde: Bert). Kastration er ikke tilladt.

Målet er, at alle KDV-svinefarme er helt energineutrale i 2016. På den ene side ved at spare energi og på den anden side ved selv at generere vedvarende energi i kæden.

Der lægges vægt på transport af dyrene, og at afstandene er så korte som muligt. Et andet centralt element er antibiotikareduktion. KDV's brug af antibiotika er lavere end gennemsnittet, og det er målet at reducere det yderligere og i sidste ende gøre det overflødig.

Udbredelse

I 2013 var der 300 svineproducenter, der producerede 18.000 svin om ugen under KDV — om året svarer det til 900.000 svin. KDV-svinekød sælges i detailhandelen⁶⁹. Da produktionen til hjemmemarkedet ligger på ca. 5,5 mio. svin, svarer det til, at KDV udgør ca. 16 % af den hollandske produktion til hjemmemarkedet.

Milieukeur



Organisering

Milieukeur er et hollandsk mærke med fokus på fødevarer, miljø og dyrevelfærd. Initiativet blev introduceret i 1997 med miljømæssige aspekter. Både fødevarer samt andre typer af produkter kan certificeres. Standarden vedrører hele livscyklussen og behandler vigtige bæredygtighedstemaer (energi og vandforbrug, udledning af drivhusgasser, skadelige stoffer, emballage, arbejdsforhold). Specielt for produktion af fødevarer er der krav til foder, dyrevelfærd, biodiversitet, afgrødebeskyttelse, mineraler/gødning, naturen og landskabet. Først i 2006 blev dyrevelfærd medtaget.

De hollandske myndigheder giver tilskud i form af skattelettelser for visse typer af investeringer, bl.a. grønne investeringer, og det omfatter nogle af de investeringer, der er relateret til at opfylde Milieukeur's krav. De hollandske myndigheder tilstræber bæredygtighed i den offentlige sektor, og Milieukeur opfylder kravene til bæredygtighed og er således en af leverandørerne til offentlige myndigheders forplejning.

Mærket finansieres af årlige producentgebyrer per produceret produkt samt tilskud fra den hollandske regering for nogle investeringsomkostninger. På deres hjemmeside henviser de til, at producenterne også sparer penge på at forbedre velfærden. Her tænker de på besparelser ved at bruge mindre antibiotika, højere velfærd som følge af bedre sundhed og mere plads (kilde: Johan).

⁶⁹ Se referencen i fodnote 52

Certificering af uafhængige organer under Dutch Accreditation Council. Indtil for et par år siden producerede De Hoeve mærket Milieukeur Varkenvlees. Men for to år siden besluttede de, at Milieukeur Varkenvlees ikke adskilte sig nok fra konventionelle produkter og startede et nyt grønt mærke Keten Duurzaam Varkenvlees (KDV), og de har haft betydelig fremgang.

Milieukeur drives privat af Stifting Milieukeur. Prisen kan siges at være det, som bæredygtighed koster ekstra (kilde Annika).

Krav

I fødevareproduktionen er der regler for foder, dyrevelfærd, biodiversitet, plantebeskyttelse, kunstgødning, landskab, og mere generelt er der krav til energi- og vandforbrug, udledning af drivhusgasser, emballering, råvarer, arbejdsforhold.

Kravene for Milieukeur fastlægges af et ekspertpanel med repræsentanter fra detailhandlen, myndighederne, forskere og forbrugere⁷⁰.

Der er opstillet en række kriterier, hvoraf nogle er obligatoriske, mens andre giver bonuspoint, som der skal opnås et vist minimum af.

Milieukeur har forsøgt sig med at kombinere dyrevelfærdsmærket med dyresundhed (kilde Johan). Beter Leven-mærket omfatter kun dyrevelfærd, mens Milieukeur sigter mod også at inddrage dyresundhed, energi, miljø og foder. Hvis man sammenligner velfærdskrav, er der overlap mht. nogle kriterier, men der er en række krav, der er obligatoriske for Beter Leven, men som er frivillige for Milieukeur. Omvendt har Milieukeur nogle obligatoriske krav til dyresundhed, som er tæt relateret til velfærd, og som ikke er inddraget i Beter Leven. Milieukeur kan således ikke BL-certificeres.

Nogle obligatoriske krav ift. dyrevelfærd hos slagtesvin ved Milieukeur omfatter

- mindst 1 m² per slagtesvin
- kastration forbudt
- halekupering skal efterlade en længere del af halen — ekstra points for ikke at kupere halen
- minimering af antibiotikaforbrug
- svinene skal have rent vand
- legemateriale tilbydes

Herudover skal der anvendes 35 % mindre energi end i almindelig svineproduktion, der skal anvendes grøn energi, der er nogle krav til sundhed mm. (oversat fra hjemmesiden)⁷¹.

Udbredelse

Markedsandelen er marginal (kilde: Viktor). Der var 700.000 slagtninger i 2013⁷². Til sammenligning slagtedes ca. 14 mio. svin i Holland i 2013 (kilde Fleur).

⁷⁰ <http://www.milieukeur.nl/232/international/homepage-milieukeur--the-dutch-environmental-quality-label.html>

⁷¹ <http://www.milieukeur.nl/42/over-milieukeur/factsheet--milieukeur-varkensvlees.html>

⁷² http://www.smk.nl/Public/Jaarverslagen/SMK_Jaarverslag_2013_LR.pdf, side 5

I Juni 2014 var der 157 svineproducenter, 430.000 stipladser, 4 slagterier, 14 handlere og 256 supermarkeder, som forhandlede Milieukeur⁷³.

Da produktionen til hjemmemarkedet ligger på ca. 5,5 mio. svin, svarer det til, at Milieukeur udgør ca. 13 % af den hollandske produktion til hjemmemarkedet.

Kun supermarkedet JUMBO forhandler Milieukeur. Med 264 butikker er det det næststørste supermarked i Holland. Årsagen til den marginale markedsandel, og at der kun er en enkelt forhandler, kunne være fokus på bæredygtighed, som typisk ikke er et stærkt købsmotiv. Det ville dyrevelfærd til gengæld være (kilde Viktor).

Milieukeur omfatter også helt andre typer varer, som citrusfrugter i Sydafrika, vegetabiliske afgrøder i Europa, grønsager i drivhus, vindruer i Sydafrika mm.

Friberne – Frievar



Organisering

Fiberne blev etableret i 2002 efterfulgt af fælles aftaler om salg af slagtesvin og køb af foder. Svinene får en urteblanding i deres foder. Derfor kaldes de "urtegrise". Friberne-svinekød er tilgængelig fra slagtere og 30 svineslagtere i Friesland og Drenthe. Derudover leverer Friberne til restaurationsbranchen. Der er fokus på en kort og gennemskuelig kæde. Frievar er en privat virksomhed i franchise.

Krav

Ikke meget dyrevelfærd. Der er fokus på god hygiejne ift. indkøb af dyr fra kontrollerede besætninger, rengøring af transportvogne, stressfri transport, der reducerer bakterieudvikling, samt fokus på foder med bl.a. urter, naturmaterialer og grovfoder. Friberne opfylder ikke kravene til BL-certificering.

Udbredelse

17 svinebedrifter. Der produceres 90.000 slagtesvin i 2013⁷⁴.

Krull - Varkenvlees



⁷³ <http://www.milieukeur.nl/264/over-milieukeur/factsheet--milieukeur-agro-food.html>

⁷⁴ [http://www.frievar.com/Frievar\(nu\).html](http://www.frievar.com/Frievar(nu).html)

Organisation

I 1998 introducerede svineproducent Raymond Cobben en stald med særlig fokus på rodemateriale og strøelse ("wroetstal voor Vleesvarkens") i Holland. Det er den hollandske variant af den canadiske "litter shed". I 2002 oprettede Raymond Cobben og Peter Krekels fra slagteriet Kerkrade en fond for socialt bevidst produktion af svinekød (forkortet MBV). I 2006 fik Krulls svinekød, som de første, en stjerne af Beter Leven.

Krav

Svinene går i stalde med strøelse, de har 25 % mere plads end i almindelige stalde, og der er et 5-10 cm tykt lag, som dyrene kan ligge på og rode i. Krull Varkenvlees kan opnå en Beter Leven-stjerne.

Udbredelse

Der er 6 svineproducenter, der producerer Krull-svinekød. I MBV er der 2 slagterier, 2 kødgrossister og 47 slagtere. Der sælges 300 svin per uge. I alt slagtedes 16.000 svin i 2012. Svineproducenterne får en merpris for deres kød⁷⁵.

Scharrelvarkensvlees



Organisation

Virksomheden Bon Vivant blev grundlagt i 1987. Scharrelvarkensvlees er et lille dyrevelfærdsmærke for frilands-svinekød. Kontrollen sker gennem uanmeldte kontrolbesøg af det attesterende organ ProduCERT BV. Slagtere samt anlæg, hvor der forarbejdes kød, inspiceres mindst seks gange om året. Svineproducenter inspiceres mindst to gange om året.

Krav

Grisene får mere plads og tilføres strå. De kan komme udendørs med overdækning. Grisene får ikke kuperet haler, hjørnetænderne klippes ikke, og dyrene bliver kun kastreret under bedøvelse. Derudover er der regler for brug af medicin, transport og sporbarhed.

Udbredelse

Sælges hovedsageligt gennem slagtere, der sælger frilandskød (kilde Machiel). Der blev solgt 8.000 i 2012⁷⁶.

⁷⁵ Kilder: referencen i fodnote 52 samt <http://www.horst.keurslager.nl/page/42970>

⁷⁶ Kilde: referencen i fodnote 52

Livar



Organisation

Livar pig blev indført i 1999. Målet er at producere kød med en karakteristisk smag og god kvalitet, som produceres på en socialt ansvarlig måde, der så vidt muligt tager hensyn til grisens naturlige adfærd og levested. Prisen på Livar-produkter varierer meget, så de undertiden er billigere, men ofte dyrere end økologisk svinekød.

Krav

Kødet kommer fra ikke-konventionelle svineracer. Livar-svin kan komme udendørs og rode. Indenfor har svinene adgang til ubegrænset mad og drikkevand samt meget halm. Et vigtigt krav er, at der er et maksimum på 1.000 svin.

Svinene slagtes på et lokalt slagteri. Transporttiden må maksimalt være halvanden time. Der sigtes efter, at mindst 70 % af et svin sælges som Livar-kød. I forhold til andre typer svinekød udmærker Livar sig med hensyn til smagen samt højere fedtindhold.

Udbredelse

Livar-svin produceres på 7 små gårde i Limburg. Der produceres 8.000 slagtesvin om året. Livar-kød sælges til restauranter og specialbutikker såsom slagtere og delikatesseforretninger. Desuden er der produkter, som sælges på lokale arrangementer. Serien består af forskellige former for fersk kød og kødprodukter.

Distributionskanaler: leveres til fem grossister, som leverer til slagtere. Derudover kommer 10 grossister, som leverer til restauranter og catering i hele Holland, Belgien og Tyskland⁷⁷.

Heyde Hoeve



Organisation

Heyde Hoeve er et kooperativ fra 2000 bestående af fire svineproducenter. De har tilsammen over 15 virksomheder i Holland med i alt 250.000 dyr. Heyde Farm producerer biogas fra husdyrgødning, som leverer grøn energi. Foder fra omkringliggende gårde udgør en pæn andel af foderet.

⁷⁷ Kilde: referencen i fodnote 52

Krav

Kravene omfatter bl.a., at grisene skal have 1m² indendørs areal per dyr, og smågrise bliver ikke kastreret. Herudover er der krav til fodersammensætning og transportforhold.

Udbredelse

Heyde Hoeve har en højere salgspris end almindelig svinekød, og producenterne får en højere afregningspris. Heyde Hoeve afsætter produkterne gennem forskellige kanaler, herunder mere end 60 slagtere og restauranter. Derudover leveres der direkte til forbrugerne via online-butik. Her giver de en bred vifte af forskellige individuelle produkter og kødpakker. Der slagtes 18.000 dyr om året⁷⁸.

IKB Nederland Varkens

IKB Nederland Varkens er et business-to-business-mærke (kilde Machiel), der har eksisteret siden 1995. Det er en kvalitetsordning, som dækker ca. 90 % af produktionen, og som ikke markedsføres direkte over for forbrugerne⁷⁹. IKB Nederland Varkens fokuserer på sporbarhed, fødevarer sikkerhed og veterinær hygiejne, mens dyrevelfærdskrav følger lovgivningen.

EKO



Organisering

SKAL har siden 1985 certificeret den økologiske fødevarerproduktion i Holland, EKO. SKAL er udpeget af det hollandske ministerium for landbrug, natur og fødevarer kvalitet. SKAL er det eneste organ, der certificerer økologiske produkter i Holland.

Den økologiske sektor er forenet i BIONEXT. Organisationen arbejder på synlighed og udvikling af et bæredygtigt økologisk landbrug og ernæring. BIONEXT og Foundation EKO arbejder sammen om at kommunikere til markedet under banneret af EKO.

Krav

EU-krav

⁷⁸ Kilde: referencen i fodnote 52

⁷⁹ Landbrug & Fødevarer (2014). *Svineproduktion i et europæisk perspektiv (Danmark, Sverige, England, Tyskland, Holland, Belgien og Polen)*. Landbrug og Fødevarer, Version 3

Udbredelse

Mere end 1.500 landbrug og ca. 1.400 forarbejdningsvirksomheder er økologisk certificeret af SKAL. Samlet set var markedsandelen for økologiske produkter i Holland på 3 % i 2012 og 2013.

I 2012 var der 104 økologiske svineproducenter, som producerede 81.683 slagtesvin, 4.303 søer og 111.960 andre svin (i alt 197.960 svin). Og i 2013 var der 121 økologiske svineproducenter, som producerede 91.977 slagtesvin, 4.734 søer og 30.354 andre svin (i alt 127.065 svin). Det er ikke helt klart, hvad der menes med 'andre svin' (kilde: Johan).

Markedsandelen for økologisk svinekød alene er ikke opgivet (kilde: Johan), men er marginal (kilde: Viktor). Baseret på produktionstal for økologisk og samlet hollandsk svineproduktion til hjemmemarkedet, anslår vi, at markedsandelen for økologisk svinekød ligger på 1- 2 % af svinekødsforbruget.

Økologisk kød sælges hovedsageligt i hollandske supermarkeds kæder eller økologiske slagtere som eksempelvis "De Groene Weg" (den grønne vej). Helsebutikker sælger noget kød, men typisk frosset kød.

Beter Leven-produkter med 3 stjerner er økologiske, så de vil typisk både være mærket med EKO-logo og Beter Leven 3 stjerner. Andre økologiske produkter, der ikke er Beter Leven-certificeret, sælges typisk via slagtere.

Supermarkedernes egne mærker

Den største supermarkeds kæde er Albert Heijn med en markedsandel på 34 % i 2012. De har 3 prisniveauer for deres svinekøds mærker:

- AH Huismerk har svinekød med 1-stjernet Beter Leven,
- AH Puur& Eerlich Sharrel Varkenvlees (fritgående) har 2 Beter Leven-stjerner, og
- AH Puur & Eerlich biologisch Varkenvlees har 3 Beter Leven-stjerner.

Albert Heijn har også butikker i Tyskland og Belgien.

Albert Heijn har siden 2011 kun forhandlet svinekød, der har mindst 1 Beter Leven-stjerne. Der er nogle få produkter i deres butikker, som ikke har mindst 1 stjerne, og det skyldes ifølge deres hjemmeside, at det ikke har været muligt at skaffe nok kød med Beter Leven-stjerne. Og det betyder, at ca. 1 mio. svin får en bedre velfærd⁸⁰.

Albert Heijn forhandler 5 slags kyllinger⁸¹:

- hollandsk kylling med forbedrede vilkår
- AH puur&eerlich scharrelkip (1 Beter Leven-stjerne)
- AH puur&eerlich excellent scharrelkip (2 Beter Leven-stjerner)
- AH biologische kip (3 Beter Leven-stjerner)
- AH Huismerk kip (erstattes senest 2015 helt med hollandsk kylling med forbedrede kår).

⁸⁰ <http://www.themeatsite.com/meatnews/11161/albert-heijn-to-take-only-welfare-friendly-pigs>

⁸¹ <http://www.ah.nl/meerdoen/dierenwelzijn/kip>

Jumbo har opkøbt C1000 og er Hollands næststørste supermarkeds kæde med en markedsandel på 17 %. Jumbo har en serie svinekød der hedder Jumbo bewust, som er 1-stjernet Beter Leven. Markedsandel for serien er ikke angivet⁸². Den tredjestørste kæde er discount-kæden Aldi med 8 % af fødevaremarkedet.

⁸² <http://www.passievoorfood.nl/detail/article/jumbo-bewust-een-verantwoorde-keuze/>

Kapitel 6 Storbritannien

Sammendrag Storbritannien

Der slagtes ca. 9 mio. svin i Storbritannien om året, og der er ca. 2 mio. avlsdyr. I 2013 producerede Storbritannien 833.000 tons svinekød, importerede 927.000 tons, eksporterede 229.000 tons og forbrugte 1.532.000 tons. Dvs., at 61 % af forbruget stammer fra importeret svinekød, mens eksporten udgør 28 % af produktionen⁸³. Det importerede svinekød kommer primært fra Danmark, Tyskland og Holland.

I Storbritannien er der tre nationale dyrevelfærdsmærker med relativt stor udbredelse samt en række mindre, private mærker introduceret af forskellige supermarkeds kæder. De større nationale mærker er listet nedenfor og i tabel 6.1:

- Red Tractor garanterer lidt højere dyrevelfærd, end lovgivningen kræver. Desuden inkluderes bl.a. sporbarhed og britisk oprindelse
- Freedom Food er et rent dyrevelfærdsmærke (1 indendørs- og 3 udendørs-kategorier)
- Soil Association er det største økologimærke.

Oprindeligt ydede staten støtte til at etablere forløberen for Red Tractor-mærket (Assured British Pig). I øjeblikket er ingen af mærkerne i Storbritannien støttet af offentlige midler (kilde: Sandra). Overordnet set er der i Storbritannien store markedsandele for udendørs opdrættet svinekød. Der skelnes her mellem

- outdoor bred, hvor søerne går udenfor hele tiden, grisene fødes på friland og bliver udendørs, indtil de fravænnenes efter 21-28 dage
- outdoor reared, hvor søerne går udenfor hele tiden og svinene er ude i mindst halvdelen af deres liv
- free-range, hvor både søerne og svinene er ude hele livet.

Ifølge Landbrug & Fødevarer⁸⁴ er hele 40 % af produktionen outdoor bred, mens der er noget mindre udbredelse af svinekød der er outdoor reared. Samlet set er 1-2 % af svinene opdrættet på friland, hvilket omfatter kategorierne free-range samt økologiske svin⁸⁵, hvor svinene er ude hele livet.

Tabel 6.1. Oversigt over de tre nationale mærker i Storbritannien

	Niveauer	Indført	Andel af britisk produktion	Ejerforhold
Red Tractor	1	2000	90 %	privat (industrien)
Freedom Food	4	1994	30 %	privat (datterselskab af RSPCA)
Soil Association	1	1946	< 1 %	Privat

En kort oversigt over forskelle mellem de tre nationale mærker findes i tabel 6.2. Kastration er ikke tilladt i nogen af mærkerne. De fleste Freedom Food-produktionssystemer er udendørs, men andelen af indendørs opdræt er stigende (Kilde: Sandra). Herudover adskiller Freedom Food og Soil Association sig fra Red

⁸³ <http://www.bpex.org/prices-facts-figures/production/UKpigmearsuppliesforecasts.aspx>

⁸⁴ Landbrug & Fødevarer (2014). Svineproduktion i et europæisk perspektiv (Danmark, Sverige, England, Tyskland, Holland, Belgien og Polen). Version 3.

⁸⁵ <http://www.bbc.com/news/magazine-19976691>

Tractor ved at stille krav om mere indendørs plads til svinene, krav om strøelse og forbud mod farebokse (farrowing crates). Red Tractor eller Freedom food tillader ikke rutinemæssig halekupering og Soil Association tillader slet ikke halekupering ⁸⁶.

Tabel 6.2 Oversigt over forskelle på krav mellem tre nationale mærker i Storbritannien ⁸⁷

	Red Tractor	Freedom Food	Økologi (Soil Association)
Indendørs plads	<110 kg: 0,65 m ²	<110 kg: 0,80 m ²	<110 kg: 1,3 m ²
Udendørs plads	ingen	Ingen	1 m ²
Gulv	fuldspaltegulv forbudt for smågrise ("piglets"), tilladt i mindre omfang for andre	fuldspaltegulv helt forbudt	fuldspaltegulv helt forbudt?
Strøelse	krav om strøelse	krav om strøelse	krav om rigelig strøelse
Søer	søer skal være løse i grupper fra fravænning til indsættelse i farestald	Søer altid løse (siden 31/12 2013)	søer altid løse
Redebygning	krav om redebygningsmateriale medmindre forholdene ikke tillader det	skal tildeles passende redebygningsmateriale	skal tildeles rigeligt redebygningsmateriale
Halekupering	tilladt, dog ikke rutinemæssigt	forbudt, men dispensation mulig	forbudt
Næseringning	tilladt hvis det ellers skader marker	tilladt ved dokumentation for at det ellers skader marker	forbudt
Fravænning	tidligst 28 dage	tidligst 28 dage	tidligst 40 dage
Kirurgisk kastration	forbudt	Forbudt	forbudt

I en europæisk sammenhæng skiller Storbritannien sig ud ved at have stærke supermarkeds kæder, som markedsfører sig på at sælge kød fra dyr opdrættet under forhold med højere dyrevelfærd, end lovgivningen kræver. De fire største supermarkeds kæder i Storbritannien er Tesco, Asda, Sainsbury's og Morrison. Herudover er det værd at nævne Ocado, der er et online-supermarked, der forhandler bl.a. Waitrose-produkter ⁸⁸. Markedsandele samt udbud af egne mærker er vist i tabel 6.3.

⁸⁶ <http://www.ciwf.org.uk/media/5263422/uk-supermarket-policies-pigs.pdf>

⁸⁷ Kilder: http://www.ciwf.org.uk/includes/documents/cm_docs/2011/a/asa_complaint_red_tractor_pork.pdf, http://www.assuredfood.co.uk/resources/000/618/002/RT_Pigs_Standards_V2_01_b.pdf, <http://www.freedomfood.co.uk/media/9318/pigs.pdf> og Soil Association (2014): Soil Association organic standards farming and growing - Revision 17.2 June 2014.

⁸⁸ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_supermarket_chains_in_the_United_Kingdom

Tabel 6.3 Oversigt over markedsandele for de største supermarkeds kæder i Storbritannien

Supermarked	Markedsandel (af fødevarehandel)	Mærker (fortrinsvist hvor svinekød profileres)
Tesco	29 %	Tesco own brand, Tesco finest, Tesco organic
Asda	17 %	Asda smart price, Asda chosen by you, Asda extra special, Asda organic pork
Sainsbury's	16 %	By Sainsbury's, Taste the difference, Sainsbury's SO organic
Morrison	11 %	M saver, M signature
Coop	6 %	Standard, Truly irresistible
Aldi	5 %	
Waitrose	5 %	Duchy originals from Waitrose (økologisk)
Marks & Spencer	3,8 %	
Lidl	3 %	

Der blev i 2012 lavet en sammenligning mellem de største supermarkeds kæder med fokus på hvor stor en andel af det svinekød, de solgte under egne mærker, som var friland, samt hvorvidt soen var løsgående omkring faring. Som det fremgår af tabel 6.4, markerer Waitrose sig i toppen ift. dyrevelfærd, idet alle søer er udendørs, og hver femte pakke svinekød, der sælges under Waitrose's eget mærke, stammer fra svin, der har levet hele livet udendørs. Hos Coop og M&S lever en tredjedel af søerne i udendørs systemer⁸⁹.

Waitrose og Marks & Spencer sælger langt den største del af deres svinekød under eget mærke.

Tabel 6.4 Oversigt over udbredelse af forskellige dyrevelfærds krav i en række britiske supermarkeds egne mærker i 2007/2008⁹⁰

%	ASDA	Coop	M&S ^{a)}	Morrisons	Sainsbury's	Tesco	Waitrose
Grisenes forhold							
Indendørs opdræt	75	69	0	59	82	80	0
Udendørs indtil fravænning	25	26	0	31	6	15	60
Udendørs omkring 50 % af liv	0	3	69	8	11	5	20
Udendørs hele livet	0	2	31	2	1	1	20
Søernes forhold							
Fikseret hele tiden	0	2	0	29	1	0	0
Fikseret i faresti	70	67	69	56	81	80	0
Løsgående indendørs	5	3	0	31	0,4	0	0
Løsgående udendørs	25	30	31	13	18	20	100

Note: a) I kilden var M&S på indendørs opdræt 69 %, udendørs indtil fravænning på 31 %. Det stemmer ikke med deres hjemmeside, og vi har rykket oplysningerne så de vedrører Udendørs i 50 % af liv, Udendørs hele livet. Indendørs opdræt = Født og opvokset indendørs. Outdoor bred = Born outdoors but housed after weaning (det må betyde, at søerne er udendørs hele tiden). Outdoor reared = Born and reared outdoors for at least half of life (defined as at least 30 kg). Free range = Born and reared outdoors for their entire lives. Fikseret: Sows kept in tethers/stalls; Fikseret i faresti: Close confinement farrowing crates; Løsgående indendørs: Crate free indoor alternatives; Løsgående udendørs: Crate free outdoor farrowing.

⁸⁹ <http://www.pigbusiness.co.uk/take-action/act-as-a-consumer/supermarkets/>

⁹⁰ Kilde: <http://www.pigbusiness.co.uk/take-action/act-as-a-consumer/supermarkets/>

Dyrevelfærdsmærker

Red Tractor



Organisering

Mærket blev introduceret i 2000 og blev i 2005 udvidet med et krav om britisk oprindelse (symboliseret ved, at Union Jack kom med i logoet). Siden 2009 er mad mærket med Red Tractor-logoet også blevet solgt i restauranter, fast-food kæder og andre fødevareudsalgssteder. I februar 2014 blev mærket udvidet til at omfatte standarder for færdigretter, der indeholder Red Tractor-certificeret kød, såsom "made with Red Tractor assured beef". Red Tractor er meget sammenligneligt med det danske Danish-mærke.

Red Tractor-mærket anvendes i England og Nordirland, mens Skotland har deres egen tilsvarende mærkningsordning, der hedder Quality Meat Scotland. Red Tractor-mærket har overtaget det tidligere Assured British Pigs (ABP). Medlemskab er frivilligt, men er i praksis næsten obligatorisk for adgang til mainstream-markedet.

Standarderne opdateres løbende og offentliggøres på hjemmesiden⁹¹. Tekniske komiteer (technical advisory committees, TAC) udformer standarderne, med en TAC for hver varetype. De seneste opdateringer var i april 2013 og næste opdatering oktober 2014. I april 2013 indførtes blandt andet scoringsmetoden Real Welfare, hvor dyrlægen kontrollerer for halthed, halebrud og kropsmærker. Red Tractor inddrager således dyrebaserede mål til vurdering af velfærden. I næste opdatering oktober 2014 indførtes bl.a. krav om aflivning af dyr, der har været på dyrskeue.

Red Tractor er en del af Assured Food Standards (AFS)⁹². Og Red Tractor-logoet må kun bruges efter licens fra AFS⁹³. Der udføres tredjeparts-kontrol af uafhængige certificeringsorganer, som udfører årlige eftersyn. Red Tractor-ordningen er ejet og finansieret af det britiske landbrug og fødevareindustrien. Administrations- og kontrolomkostninger finansieres via et medlemsgebyr. En Red Tractor-certificering indebærer, at hele kæden af foderleverandører, gårde, transport og slagterier er certificeret (Kilde: Sandra).

Krav

Standarderne omhandler ikke blot dyrevelfærd, men også fødevaresikkerhed, sporbarhed, miljøbeskyttelse, hygiejne osv. Mærket omfatter således ikke blot krav til landmanden, men til hele kæden. Red Tractor-produkter er helt igennem britiske, dvs. de er produceret, forarbejdet og pakket i Storbritannien.

⁹¹ <http://www.redtractor.org.uk>

⁹² Referencen i fodnote 45, side 38

⁹³ <https://www.gov.uk/kitemarks-in-farmed-meat-and-produce#red-tractor>

Sammensatte produkter med mange ingredienser skal indeholde mindst 95 % Red Tractor-certificerede ingredienser for at kunne mærkes som et Red Tractor-produkt. Op til 5 % ikke-Red Tractor-ingredienser er dermed tilladt for at give mulighed for en mindre mængde ikke-certificerede ingredienser såsom urter og krydderier.

En ny mulighed er, at mærke et produkt (eksempelvis en færdigret) med eksempelvis "made with Red Tractor assured beef". Kravet er, at alt kød, der indgår i produktet, skal være Red Tractor-certificeret, og at kødet udgør mindst 65 % af produktet.

Udbredelse

Der er godt 61.000 medlemmer i Red Tractor-mærkningsordningen i England, heraf er 2.035 svineproducenter⁹⁴. Herudover er der 19.000 medlemmer i Skotland, Wales og Nordirland med gensidige anerkendende ordninger⁹⁵.

Cirka 90 % af den britiske svineproduktion er Red Tractor-certificeret⁹⁶. Det betyder, at det er langt det mest udbredte mærke, der stiller krav til dyrevelfærd i Storbritannien. Red Tractor kan ses som en slags baseline, som private mærker bygger ovenpå. Red Tractor-mærket mad er tilgængelig i alle de store supermarkeder og i et stigende antal serveringssteder⁹⁷. Mærket påføres også et stigende antal forskellige typer af mad- og drikkevarer produceret i Storbritannien, såsom kylling, æg, oksekød, kalvekød, svinekød fårekød, mejeriprodukter, årstidens frugter og grøntsager samt produkter som mel korn og øl.

En undersøgelse blandt 2.000 voksne fra 2013 viste, at 65 % af forbrugerne genkendte Red Tractor-logoet⁹⁸.

Freedom Food



Organisering

Freedom Food-mærkningsordningen blev indført af the Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (RSPCA) i 1994. Formålet var at forbedre dyrevelfærden og at imødekomme forbrugernes stigende efterspørgsel efter fødevarer, der produceres med højere dyrevelfærdsstandarder.

⁹⁴ <http://assurance.redtractor.org.uk/rtassurance/home.eb>

⁹⁵ Red Tractor: Annual Report 2013

⁹⁶ Kilder: Sandra og <http://www.onekind.org/uploads/publications/120323-farm-assurance.pdf>

⁹⁷ <http://www.redtractor.org.uk/faqs>

⁹⁸ <http://assurance.redtractor.org.uk/rtassurance/home/about/marketing.eb>

Freedom Food er den eneste mærkningsordning i England, der har forbedring af dyrevelfærd som sit primære mål. Freedom Food-standarden er baseret på de "fem friheder", som er defineret af Farm Animal Welfare Council (FAWC):

- Frihed fra sult og tørst - ved let adgang til frisk vand og en kost, der bevarer sundhed og livskraft
- Frihed fra ubehag - ved at give et passende miljø, herunder husly og et behageligt hvileområde
- Frihed fra smerte, skade eller sygdom - ved forebyggelse eller hurtig diagnose og behandling
- Frihed til at udtrykke normal adfærd - ved at give tilstrækkelig plads, ordentlige faciliteter og selskab af dyrets egen slags
- Frihed fra frygt og lidelse - ved at sikre forhold og behandling, som undgår psykiske lidelser.

Mærkningsordningen omfatter alle led, der er involveret i dyrenes liv, dvs. landmænd, transportvirksomheder, slagterier og forarbejdningsvirksomheder, og produkterne kan spores fra jord til bord⁹⁹. Selv om Freedom Food-ordningen fokuserer på velfærd, er den også nødt til at være i overensstemmelse med Red Tractor-standarden, og der er ordninger for gensidig anerkendelse af inspektioner med Red Tractor (Kilde: Sandra)

Freedom Food-mærket drives af en kommerciel virksomhed, Freedom Food Ltd, som er et helejet datterselskab af RSPCA. Ansvar for kontrol ligger i første omgang hos Freedom Food Ltd, men yderligere kontrol udføres uafhængigt af CMI Certification. De fleste certificeringsorganer kan foretage Freedom Food-certificering med inspektører, der er uddannet af Freedom Food Ltd. Dog skal Freedom Food Ltd først godkende disse organisationer.

De samlede årlige driftsomkostninger for Freedom Food var i 2009 på over 1.950.000 euro. Det omfatter bl.a. 0,7 mio. euro til markedsføring, som er doneret af RSPCA¹⁰⁰. RSPCA støtter stadig Freedom Food via tilskud til markedsføring (Kilde: Sandra). Desuden betaler medlemmerne et gebyr (minimum 158 euro per år), som dækker udgifterne til deres årlige eftersyn.

Krav

Freedom Food har defineret standarder for alle husdyrarter. Standarderne sættes af RSPCA efter råd fra en komite af eksperter (technical advisory committee - TAC) for hver dyreart (Kilde: Sandra). Artsspecifikke produktionsguider indeholder afsnit om mad og vand, miljø, hvor produktionen skal finde sted (dækker bolig, håndtering osv.), forvaltning, sundhed, transport og slagtning.

Siden 2008 har Freedom Food anvendt en dyrebaseret metode til måling af velfærd på bedriftsniveau¹⁰¹. Der står mere om specifikke kriterier for den dyrebaserede scoring på hjemmesiden for et projekt 2010-2015, der har til formål at udvikle disse for æglæggende høner, malkekvæg, svin, kødkvæg, får og slagtekyllinger¹⁰².

⁹⁹ European Commission DG SANCO: http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/farm/aw_labelling_report_part1.pdf og <http://www.freedomfood.co.uk/aboutus>

¹⁰⁰ European Commission DG SANCO: http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/farm/aw_labelling_report_part1.pdf
¹⁰¹ <http://www.politicalanimal.org.uk/RSPCA/Labelling%20brief.pdf>

¹⁰² <http://www.assurewel.org/aboutassurewel>

Freedom Foods guidelines har en række krav til indendørs produktion¹⁰³. Herudover er der specificeret tre kategorier af udendørs systemer, som anvendes af Freedom Food: outdoor bred, outdoor reared og free-range. De forklarer begreberne omkring friland som følger:

- Free range betyder, at svinene fødes ude i farehytter og bliver derude
- Outdoor reared betyder, at de er født ude og bliver derude i omkring halvdelen af deres levetid
- Outdoor bred betyder, at de er født ude og overføres til indendørs stalde, når de er ca. 4 uger.

Udbredelse

De fleste Freedom Food-producenter har udendørs produktionssystemer, men der er også vækst i den indendørs sektor (kilde: Sandra). Freedom Food-produkter sælges kun i Storbritannien, selv om nogle produkter er produceret i andre lande, for eksempel æg i Holland. Markedet for produkter i de seneste fem år er steget markant i både værdi og markedsandel, og der har også været en betydelig stigning i antallet af forretninger, der deltager i ordningen. Freedom Food har lavet en guide, "Where to buy", hvor man kan tjekke om ens lokale supermarked har Freedom Food-produkter. Merprisen for Freedom Food-produkter ligger typisk på omkring 10 %, men varierer meget fra produkt til produkt¹⁰⁴.

I 2012 var næsten 30 % af svineproduktionen i Storbritannien Freedom Food-certificeret¹⁰⁵. Andelen af certificeret svineproduktion i Storbritannien har været kraftigt stigende: I 2007 var 14,5 % Freedom Food-certificeret¹⁰⁶, mens 21 % levede op til Freedom Food-standarden i 2009¹⁰⁷. Mens Freedom Food således har relativt høje markedsandele for kylling, æg, ænder og svinekød, er andelen for oksekød, mælk, fårekød og kalkun lave¹⁰⁸.

Sainsbury's aftager 60 % af alle producerede Freedom Food-produkter og er dermed den største aftager¹⁰⁹.

McDonald's er den næststørste aftager af Freedom Food-svinekød efter, at de i 2013 valgte kun at servere Freedom Food-svinekød i alle deres udsalgssteder i Storbritannien¹¹⁰.

Soil Association



Organisering

¹⁰³ Alle kriterierne kan ses her: <http://www.freedomfood.co.uk/media/9318/pigs.pdf>

¹⁰⁴ Se fodnote 100

¹⁰⁵ http://www.freedomfood.co.uk/media/50805/ImpactReport_2012.pdf

¹⁰⁶ <http://www.onekind.org/uploads/publications/120323-farm-assurance.pdf>

¹⁰⁷ <http://www.politicalanimal.org.uk/RSPCA/Labelling%20brief.pdf>

¹⁰⁸ <http://www.onekind.org/uploads/publications/120323-farm-assurance.pdf>, side 5

¹⁰⁹ <http://www.freedomfood.co.uk/wheretobuy/sainsburys>

¹¹⁰ <http://www.freedomfood.co.uk/news/2013/04/mcdonalds>

Soil Association blev grundlagt i 1946 af en gruppe af landmænd, forskere og ernæringseksperter. Soil Association er det vigtigste britiske økologiske mærke — der er andre, men de har kun meget lidt svinekød. Overordnet set er 80 % af de økologiske produkter, der sælges i Storbritannien, certificeret af Soil Association.

De øvrige otte økologiske britiske mærker er: Organic Farmers and Growers Ltd., Scottish Producers Association, Organic Food Federation, Biodynamic Agricultural Association, Irish Organic Farmers and Growers Association, Organic Trust Ltd., Quality Welsh Food Certification Ltd., Ascisco¹¹¹.

Ifølge Red Tractor's hjemmeside er mange produkter både mærket med Soil Association og Red Tractor, fordi Red Tractor har nogle ekstra krav til bl.a. fødevarer sikkerhed, som ikke er dækket af økologimærket.

Et separat selskab, Soil Association Certification, udfører kontrollen. Der er over 150 medarbejdere baseret i Bristol og Edinburgh, som arbejder som certificeringsinspektører over hele landet. Soil Association's administrerende direktør rapporterer til Council of Trustees. Soil Association er ikke støttet af regeringen, men er en velgørende organisation, afhængig af donationer, medlemsbidrag og offentligheden til at udføre sit arbejde.

Krav

Soil Association ejer mærket og sætter standarderne, der er baseret på EU's økologi-direktiv, men med nogle ekstra krav. Eksempelvis kræver Soil Association, at grise skal kunne være udendørs, når vejret tillader det. Til sammenligning er britisk baseline blot, at økologiske grise skal have adgang til en udendørs løbegård. Soil Association tillader ikke næseringning, tandklipping eller halekupering. Disse metoder er tilladt efter de generelle EU-økologiregler, hvis det er nødvendigt.

Udbredelse

Markedsandelen for økologisk svinekød var i 2013 under 1 % (Kilde: Sandra). Ifølge TNS Worldpanel data udgjorde økologisk svinekød 0,7 % af salget af svinekød i 2008 i Storbritannien (i alt 10,8 mio. engelske pund)¹¹². For første gang på fem år steg den økologiske markedsandel i 2013 med 2,8 % efter fire år med faldende økologiandele¹¹³. Salget af økologisk svinekød er dog ikke steget. Faktisk faldt den økologiske svineproduktion i Storbritannien med en tredjedel i 2012 og forventes at være faldet yderligere i 2013.

Kødprodukter (inklusive fisk og fjerkræ) udgjorde 11 % af det samlede salg af økologiske varer i 2013. Det øvrige salg af økologiske fødevarer var fordelt på 30 % mejeriprodukter, 24 % frugt og grønt, 10 % babymad, 14 % dåser mm. samt en lille rest af andre produkter.

Mange supermarkeder sælger økologisk kød som en del af deres egne mærker, f.eks. Sainsbury's SO organic og Tesco organic. Supermarkeds kædernes egne økologimærker udgør en væsentlig andel af økologi-salget: Sainsbury's 69 %, Tesco 60 %, Waitrose 61 %, Ocado 45 %, Morrisons 74 %.

¹¹¹ <http://archive.defra.gov.uk/foodfarm/growing/organic/standards/certbodies/approved.htm>

¹¹² <http://www.thepigsite.com/articles/2729/soil-association-publishes-organic-market-report>

¹¹³ <http://www.soilassociation.org/marketreport>

Supermarkedernes egne mærker

McDonald's

McDonald's i Storbritannien annoncerede i april 2013, at de fra udgangen af måneden kun ville anvende Freedom Food-svinekødsprodukter (bl.a. bacon og pølser). En medvirkende årsag til denne beslutning var ifølge McDonald's en undersøgelse med 2.000 voksne forbrugere, der viste, at tre fjerdedele foretrak at købe kød fra landbrug med høje velfærdsstandarder. I undersøgelsen blev dyrevelfærd rangeret højere end sporbarhed, og at kødet er britisk eller økologisk. Kun pris blev anset for at være vigtigere¹¹⁴. Dermed er McDonald's den næststørste aftager af Freedom Food-svinekød¹¹⁵. Alt svinekød, der sælges i McDonald's i Storbritannien, er desuden Red Tractor-mærket¹¹⁶.

Sainsbury's

Sainsbury's er Storbritanniens tredjestørste supermarkeds kæde. De fremhæver på deres hjemmeside, at de har opnået:

- at være Storbritanniens største forhandler af Freedom Food-produkter med mere end 60 % af det samlede salg af Freedom Food. De har 368 forskellige Freedom Food-produkter, bl.a. kylling, æg, svinekød, laks, ørred, kalkun og kalvekød. Det er ikke undersøgt, om de er førende i salg af Freedom Food-svinekød
- at udvikle Freedom Food-kalvekød fra tyrekalve i Sainsbury's malkekvægsbesætninger
- at være største forhandler af æg fra ikke-burhøns og være den første store supermarkeds kæde, der ikke bruger buræg i nogen af deres egne produkter
- at vinde årets Compassion in World Farming-pris i 2012 for deres markedsføring af svinekød fra systemer med farestier med løsgående søer udviklet i samarbejde med forskere og producenter.

Sainsbury's var det første supermarked i Storbritannien, der solgte økologiske produkter. Sainsbury's fremhæver endvidere på deres hjemmeside, at de fra 2020 kun vil bruge animalske produkter fra producenter, der opfylder "independent higher welfare standards" (hvilket sandsynligvis er Freedom Food-standarder)¹¹⁷.

Sainsbury's står for 29 % af det samlede økologisalget i Storbritannien og der dermed den kæde, der sælger mest økologi. Online-supermarkedet Ocado er den fjerdestørste forhandler af økologiske produkter i Storbritannien og oplevede en vækst på 11 % i 2013.

- Sainsbury's SO organic (kød, der er garanteret britisk produceret og kan spores tilbage til den enkelte bedrift)
- Taste the difference (premium-mærke) – bl.a. Taste the difference-pølser, der er lavet af "outdoor bred" svinekød

¹¹⁴ <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2310839/McDonalds-announces-plan-source-pork-UK-British-farms-meet-strict-animal-welfare-standards.html>

¹¹⁵ <http://www.freedomfood.co.uk/news/2013/04/mcdonalds>

¹¹⁶ <http://www.mcdonalds.co.uk/content/dam/McDonaldsUK/Food/Nutrition/240497%20Our%20Food%20Bookletv5.pdf>

¹¹⁷ <http://www.j-sainsbury.co.uk/responsibility/20x20/animal-welfare/>

- By Sainsbury's (discount-mærke)¹¹⁸.

Tabel 6.4 viser, at Sainsbury's er den kæde, der har den største andel af svinekød fra indendørs opdræt i deres egne mærker, og hvor søerne er fikserede i farestien — nemlig 80 %.

Samtidig er 18 % af søerne på friland i Sainsbury's egne mærker. Det er meget i en europæisk sammenhæng, men ikke i en britisk, hvor de fleste har en større andel frilandssøer, undtagen Morrison, der har 13 % frilandssøer.

Waitrose

Waitrose har en markedsandel for fødevarer på samlet set ca. 3,8 % og er dermed den sjette største fødevarerforhandler i Storbritannien med 317 butikker¹¹⁹ og online supermarkeder. Waitrose er kendetegnet ved at tilhøre toppen af supermarkeder i Storbritannien¹²⁰. Markedsandelen for økologiske produkter er 18 %. Det fremgår af en analyse fra British National Party, at godt 70 % af svinekødet, der sælges i Waitrose, er Red Tractor-mærket.

Alle Waitrose-gårde er registreret i Red Tractor-ordningen. Alt fersk svinekød er af britisk oprindelse og kan spores tilbage til, hvilken bedrift, det kommer fra. Alle Waitrose-søer lever udendørs hele deres liv (free range sows) med adgang til halmstrøede hytter eller telte. Waitrose-grise er født udenfor og lever udendørs indtil de fravænnenes efter fire uger (outdoor bred). Herefter opholder grisene sig i stalde med halmstrøelse. Herudover sælger Waitrose svinekød fra tre forskellige fritgående racer (free range) — Hampshire, Berkshire og Gloucestershire Old Spot — det meste kommer fra East Anglia. Endelig sælges Duchy originals from Waitrose organic pork¹²¹. Waitrose har således tre serier af deres eget mærke:

- Essential Waitrose: linje af svinekødsprodukter, som er outdoor bred, og hvor søerne er free-range (4/5 af salget af eget mærke)
- Waitrose free range, hvor både søer og grise er udendørs hele tiden (1/5 af salget af eget mærke). Dyrevelfærdsmæssigt svarer det vel til økologisk
- Herudover andre mærker såsom love life (der har fokus på sundhed)
- Duchy originals from Waitrose organic pork

Waitrose køber hele grisen direkte fra deres producenter. Denne kontraktform betyder ifølge Waitrose, at landmændene får en bedre og mere stabil pris for deres dyr, og de kan koncentrere sig om at producere gode varer. Waitrose er det eneste supermarked, der arbejder sådan. De er ligeledes (ifølge deres hjemmeside) den eneste supermarkeds-kæde, der har sporbarhed helt tilbage til bedriftsniveau for alt fersk svinekød, bacon og pølser.

¹¹⁸ Kilder: http://www.just-food.com/analysis/sainsburys-private-label-winning-over-rivals-brands-ceo_id123487.aspx og <http://www.sainsburys-live-well-for-less.co.uk/products-values/sainsbury's-so-organic/sainsbury's-so-organic-meat-and-poultry/>

¹¹⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Waitrose>

¹²⁰ <http://www.bbc.com/news/magazine-19976691>

¹²¹ http://www.waitrose.com/home/inspiration/about_waitrose/about_our_food/pork.html

Marks & Spencer

Marks & Spencer er den femte største supermarkedskæde i Storbritannien (når tekstiler tælles med) og har 800 butikker. Marks & Spencer's salg er fordelt på 55 % mad og 45 % andet (bl.a. tøj). Marks & Spencer er dermed Storbritanniens største tøjforhandler, selvom der er tilbagegang¹²².

Indtil 2012 solgte Marks & Spencer udelukkende deres egne produkter, men de er nu begyndt at sælge andre mærker også¹²³. Det er billige produkter — Simply M&S — som er blevet indført for at kunne matche priserne i bl.a. Sainsbury's, Asda, Morrison og Tesco¹²⁴. Marks & Spencer har stadig nogle butikker, Simply Food, der udelukkende forhandler egne produkter.

Alt Marks & Spencer's ferske svinekød er enten outdoor bred eller free-range fra kendte gårde, der lever op til Marks & Spencer's specifikationer. Alt det ferske svinekød er desuden britisk og kan spores tilbage til bedriften.

Marks & Spencer's krav til egne svinefødsprodukter inkluderer fravæning ved 28 dage og herefter opstaldning (i tilfælde af outdoor bred). Sammenlignet med de nationale garantiordninger, er alle svin født på friland, de får fem gange mere halm til strøelse og grisene har 25 % mere plads. Kastration, halekupering eller tandklipning er ikke tilladt for grisene, der anvendes til det ferske svinekød. Marks & Spencer sikrer bl.a., at der ikke anvendes GM-foder¹²⁵.

TESCO

I modsætning til Waitrose og Marks & Spencer er Tesco ikke et høj-kvalitetssupermarked. Tesco har en række egne serier:

- Tesco Finest (alt svinekød er enten outdoor bred eller outdoor reared)
- Tesco organic
- Tesco own brand
- Tesco free from, Tesco healthy living, Tesco everyday value, Tesco milk, Tesco goodness¹²⁶.

Asda

Asda er ikke et høj-kvalitetssupermarked — måske har Asda endda mindre fokus på dyrevelfærd end Tesco. Egne mærker omfatter:

- Asda smart price (discount-mærke)
- Asda chosen by you (mellemniveau-mærke og det mest udbredte af deres mærker)
- Asda extra special (premium-mærke) — ikke stor fokus på dyrevelfærd (vist Red Tractor-mærket)
- Asda organic pork
- De har også Asda good for you (med lavt fedt indhold)

¹²² <http://thisisbravetalk.com/2012/11/26/supermarket-showdown-waitrose-vs-marks-spencer/>

¹²³ <http://thisisbravetalk.com/2012/11/26/supermarket-showdown-waitrose-vs-marks-spencer/>

¹²⁴ <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2160141/Marks--Spencer-latest-supermarket-offer-quality-budget-range.html#ixzz3A4Uzp900> og <http://www.theguardian.com/money/2012/may/11/marks-and-spencer-budget-range>

¹²⁵ <http://help.marksandspencer.com/support/products-services/pork>

¹²⁶ <http://realfood.tesco.com/our-food/tesco-own-brand.html#>

Morrison

Morrison og Somerfield bruger kun britisk svinekød (eller kød produceret efter britisk velfærdsstandard) i deres høj-kvalitetsserier. Egne mærker omfatter følgende:

- M saver (tidligere Morrisons value) er discountserien.
- M signature (tidligere M best line) er premium-serien (omfatter outdoor bred svinekød, der er mærket Red Tractor)¹²⁷.

COOP

Siden 2009 har Coop's premium-serie Truly Irresistible svinekød, bacon og pølser været udelukkende Freedom Food outdoor reared-produkter. De markedsføres på højere velfærd, men også bedre smagskvalitet, da de kommer fra den særlige race Hampshire¹²⁸

Coop fører tre forskellige kvaliteter af pølser:

- Coop pølser (Red Tractor-certificeret)
- Butcher's choice (outdoor bred af racen Hampshire)
- Truly Irresistible (Freedom Food outdoor reared af racen Hampshire)¹²⁹.

¹²⁷ <http://your.morrisons.com/Recipes-and-Ranges/Our-food-ranges/M-Signature/>

¹²⁸ <http://www.co-operativefood.co.uk/news-and-competitions/Our-latest-news/The-Co-operative-rolls-out-higher-welfare-pork2/>

¹²⁹ <http://www.co-operativefood.co.uk/food-and-drink/food/meat/sausages/> og <http://www.co-operativefood.co.uk/food-and-drink/food/meat/pork/>

Kapitel 7 Østrig

I alt 63.000 svineproducenter, der holder 3,2 millioner svin. Den årlige produktion af slagtesvin er ca. 5 mio. svin svarende til knap 500.000 tons svinekød. Svineproduktionen er vigtig i Østrig og står for 17 % af landets landbrugsproduktion og 3 % af den totale svineproduktion i EU. Østrig lægger vægt på at være selvforsynende med svinekød. Siden Østrig kom med i EU, er større mængder af svin og svinekød dog importeret. Danmark eksporterede for 32 mio. kr. i 2013¹³⁰.

Dyrevelfærdsmærker

AMA er et kvalitetscertificeringsprogram og kan sammenlignes med Red Tractor i England. (kilde: Christine) og DANISH i Danmark. Dvs., dyrevelfærdskrav ligger på linje med lovgivningen. Der er fokus på sporbarhed, og at kødet er opvokset og slagtet i Østrig. En tredjedel af foderet må være fra udlandet, hvis det ikke kan fås i Østrig¹³¹. Der er ikke fundet oplysninger om udbredelsen af AMA.

Der er reelt ikke nogen velfærdsalternativer til økologisk svinekød (kilde: Christine).

Et konventionelt initiativ i delstaten Steiermark inkluderer velfærdsaspekter såsom mere plads, ingen halekupering, strøelse i liggeområderne. Højst 10 bedrifter er med i ordningen¹³².

Et andet initiativ Die Mit Dem Ringelschwanz fokuserer på ingen halekupering og mere plads og strøelse. Der er kun en enkelt producent 'so you can hardly call it a label'¹³³.

Dyrevelfærdsorganisationen Vier Pfoten har hovedsæde i Østrig. Der er et initiativ fra Vier Pfoten, som arbejder på et dyrevelfærdsmærke (1 og 3 stjerner). Det er ikke introduceret i Østrig endnu, men i Tyskland kører mærket for kylling, dog kun i lille udstrækning.

Samlet set har økologiske fødevarer (ikke kun svinekød) i Østrig en høj markedsandel med 6,0 % i 2010. Østrig er sammen med Schweiz (økologisk markedsandel 5,7 %) og Danmark (økologisk markedsandel 7,2 %) de lande, hvor indbyggerne bruger flest penge på økologi¹³⁴. Økologisk svinekød har dog kun en markedsandel på ca. 1,5 % (kilde: Christa). Ca. 70 % af de økologiske svineproducenter er medlem af Bio Austria, som er en organisation for økologiske landmænd ejet af landmænd¹³⁵. Det er den største økologiske organisation i Østrig og blev grundlagt i 2005 som en sammenslutning af en række mindre økologiske organisationer. De økologiske regler svarer til EU-kravene.

Det økologiske kød sælges vist mest gennem supermarkeder (kilde: Christa).

¹³⁰ <http://www.bmlfuw.gv.at/en/fields/agriculture/Productionandmarkets/Animalproduction.html>, <http://www.ama-marketing.at/index.php?id=439>, <http://www.ama-marketing.at/fremdsprachige-seiten-alt/englisch/meat/meatcuts/agriculture/pig-farming-in-austria/> og Landbrug & Fødevarer (2014). *Statistik 2013 svinekød*.

¹³¹ <https://www.oncharity.at/animal/media/newsletter/AMAWtesiegelKritikpunkte.pdf>. Kravene kan findes på <http://www.ama-marketing.at/index.php?id=1599>

¹³² Kilder: <http://www.steirerschwein.at/ziele.html> og Christine

¹³³ <http://die-mit-dem-ringelschwanz.at/> og Christine

¹³⁴ <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/2012-02-16/willer-2012-02-16-session-global-market.pdf>

¹³⁵ http://de.wikipedia.org/wiki/Bio_Austria

Supermarkeder

De tre store supermarkeder i Østrig er Spar, REWE og Aldi. I 2008 dækkede de 79 % af dagligvarehandlen fordelt på REWE (31 %), Spar (29 %) og Aldi, som er et discount-supermarked (20 %) ¹³⁶.

I Østrig hedder REWE-butikkerne Billa (1.000+ butikker) og Aldi-butikkerne hedder Hofer.

Der er ca. 15 rent økologiske supermarkeder i Østrig ¹³⁷.

Tabel 7.1 Oversigt over supermarkeder i Østrig

Supermarked	Markedsandel i 2008	Mærker	kommentarer
REWE	31 %		butikkerne hedder Billa
Spar	29 %		
Aldi	20 %		butikkerne hedder Hofer, discount

REWE (Billa)

REWE opererer i en række lande, men er størst i Tyskland (omsætning på 31 milliarder euro) og næststørst i Østrig med en omsætning på 4,6 milliarder euro.

REWE har deres eget økologiske mærke, "REWE Ja natürlich", som involverer grønsager, frugt og mælkeprodukter — tilsyneladende ingen kød. REWE står for 50 % af det økologiske salg i Østrig ¹³⁸.

Spar

Spar er størst i Østrig og Italien (omsætninger på over 4 milliarder euro i 2008) efterfulgt af Storbritannien og Sydafrika (omsætninger på over 2 milliarder euro). Spar har en række egne mærker:

- S-budget (discount)
- Spar Natur&pur (økologisk)
- Spar Vital (sundhedsprodukter)
- Spar free from (til allergikere)
- Spar premium

Der sælges økologisk svinekød fra 100 % østrigske økologiske producenter — samt Frankfurtere ¹³⁹.

Aldi (Hofer)

Deres egen økologiske serie hedder "zurück zum ursprung". En google-søgning viste, at man i hvert fald kan få økologiske pølser fra Hofer ¹⁴⁰.

¹³⁶ Haas, R. & Weaver, R.D. (2010). Private Labels: A Sign of Changing Times. International European Forum on System Dynamics and Innovation in Food Networks, International European Forum, February 8-12, 2010, Austria, 576-593.

¹³⁷ <http://www.focus-balkans.org/res/files/upload/file/9-12%20stefan%20merkac.pdf>

¹³⁸ <https://www.retailnetgroup.com/research/news/79314/rewes-organic-private-label-worth-50-of-austrian-market>

¹³⁹ http://www.spar.at/de_AT/index/spar-marken/SPARNaturpur/Produkte.html

¹⁴⁰ <http://www.discounter-preisvergleich.de/Bio-Wuerstel-HOFER-18530.html>

Kapitel 8 Finland

Svinekød er det mest almindelige kød i Finland – både når det gælder forbrug, produktion og eksport. Finlands primære eksportmarkeder er Rusland, Sverige, Litauen, Tyskland, Sydkorea og New Zealand. Finsk svineproduktion steg stærkt fra 1995, hvor Finland kom med i EU, til 2008. I 2013 blev der i alt produceret 194 mio. kg svinekød, og der var 2,12 mio. slagtninger¹⁴¹. I 2013 var der 1 640 svineproducenter i Finland (kilde: Satu). Som i andre lande går tendensen dermed mod færre enheder med større produktion¹⁴².

Danmark eksporterede for 139 mio. kr. svinekød til Finland i 2013¹⁴³.

Svin slagtes typisk, når de er 5-6 måneder gamle og har opnået en gennemsnitsvægt på 85,8 kg. Ifølge det finske fødevareministerium er sygdomsniveauet blandt finske svin et af de laveste i Europa (f.eks. forekommer salmonella meget sjældent)¹⁴⁴. Importeret velfærds-kød fylder ikke meget i butikkerne (kilde: Satu).

Der er en ny mærkningsordning fra 2013, Laatuvarustuu ('ansvarlig kvalitet'), baseret på det finske nationale sundhedsregister SIKAVA, som kun registrerer sundhedsdata, ikke velfærdsdata. I første omgang er der fokus på smittebeskyttelse. Laatuvarustuu drives af erhvervet og certificeres af tredjepart (Bureau Veritas Finland). Laatuvarustuu finansieres af erhvervet (bl.a. slagterierne) og sandsynligvis også offentlige tilskud til at hjælpe mærket i gang (kilde: Satu).

Næsten alle finske svinebesætninger deltager i Laatuvarustuu-mærkningsordningen. I 2013 deltog 1.440 ud af 1.640 svineproducenter i Laatuvarustuu, svarende til 88 % af producenterne. Laatuvarustuu sælges fra supermarkederne.

Det eneste mærke, der involverer dyrevelfærd, er økologi. I 2013 var der 13 økologiske svineproducenter, som producerede 4.303 slagtesvin. I alt 10 svineproducenter havde søer, med i alt 916 søer (og 224 orner fordelt på 6 bedrifter). Den økologiske produktion af svin i 2013 lå på 0,2 % af den samlede produktion, mens den i 2012 var 0,4 % (kilde: Satu). De finske fødevaremyndigheder (EVIRA) kontrollerer den økologiske produktion. Producenterne betaler et gebyr for den offentlige kontrol, men kontrollen er også støttet af offentlige midler (kilde: Satu). Økologisk kød sælges ofte direkte fra landmanden til forbrugeren, men også via slagterierne til almindelige supermarkeder.

Den finske dyrevelfærdsorganisation SEY (Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto ry) er ved at starte et projekt op om mulighederne for at indføre et dyrevelfærdsmærke i Finland. Der er så vidt vides ingen offentlige midler involveret (kilde: Satu). Også svinebranchen har udvist interesse for en mærkningsordning for dyrevelfærd (kilde: Anna).

¹⁴¹ Landbrug & Fødevarer (2014). Statistik 2013 svinekød.

¹⁴² http://www.mmm.fi/en/index/frontpage/Agriculture/agricultural_production/animal_production/porc.html

¹⁴³ Se fodnote 141

¹⁴⁴ Se fodnote 142

Bilag: introduktionsmail til udenlandske kontakter

Header: Animal welfare labels – I need your advice

Dear NAME

I am part of a group of researchers who have been asked by the Danish Ministry of Food and Agriculture to provide an overview of animal welfare labels in selected European countries. **The focus is on pork.** The countries include the Netherlands, Germany, United Kingdom, Austria, and Finland.

The background for the request is that the Danish authorities consider introducing their own animal welfare label.

I would be very grateful if you could spare a few minutes to help me with information on animal welfare labeling schemes in COUNTRY and/or other people to contact. We are interested in talking to people from the authorities, NGOs, researchers, pig producers' organizations and retailers. At this moment we are preparing a list of precise questions that we would like to have answered.

Would it be OK if I send this list of questions to you?

Could you suggest other persons from COUNTRY that I should contact?

Of course, if you have written material on the subject I would be grateful if you could send that straight away.

I look forward to hear from you soon.

Thanks in advance.

All the best
Peter Sandøe